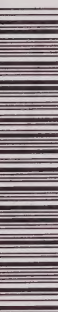




CA1
TB

002
56



3 1761 11849633 0

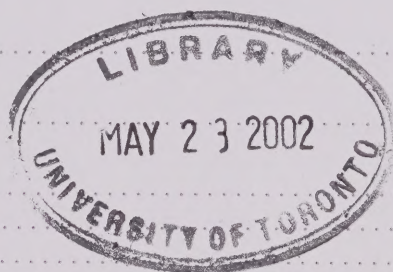
Communications Policy

of the
Government
of Canada

Table of Contents


Effective Date	1
Policy Objective	1
Policy Statement	1
Application and Authority	5
Policy Requirements	5
1 Informing and Serving Canadians	5
2 Information Free of Charge	6
3 Plain Language	7
4 Official Languages	7
5 Corporate Identity	8
6 Reflecting Diversity	8
7 Environment Analysis	9
8 Public Opinion Research	9
9 Consultation and Citizen Engagement	10
10 Risk Communication	11
11 Crisis and Emergency Communication	12
12 Management and Co-ordination	13
13 Planning and Evaluation	15
14 Memoranda to Cabinet and Treasury Board Submissions	17
15 Regional Operations	17
16 Internal Communication	18
17 Technological Innovation and New Media	20
18 Internet and Electronic Communication	21
19 Media Relations	23
20 Spokespersons	24
21 Public Events and Announcements	26
22 Fairs and Exhibitions	26
23 Advertising	27
24 Partnering and Collaborative Arrangements	29
25 Sponsorships	32

26 Marketing	33
27 Publishing	33
28 Copyright and Licensing	35
29 Film, Video and Multimedia Productions	35
30 Cataloguing and Securing Information	36
31 Training and Professional Development	36
Accountability	37
1 Ministers	37
2 Treasury Board of Canada and Secretariat	38
3 Cabinet Committee on Government Communications	39
4 Privy Council Office	39
5 Deputy Heads	40
6 Heads of Communications and Communications Staff	42
7 Policy Advisers, Program Managers and Functional Specialists	43
8 Communication Canada	44
9 Public Works and Government Services Canada	46
10 National Library of Canada	46
11 Public Service Commission of Canada	47
Monitoring	47
Procedures	48
Guidelines	51
References	51
1 Legislation	51
2 Related Policies	52
Inquiries	52
Appendix A: Definitions	53
Appendix B: The Communications Function	54
Annex: Guidelines	61



Communications Policy

of the
Government
of Canada



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

Effective Date

This policy takes effect on April 1, 2002. It replaces the *Government Communications Policy*, which was issued in 1988, published in the *Treasury Board Administrative Policy Manual, Communications Volume, Chapter 1*, and last revised on November 28, 1996, when it became available in electronic form.

Policy Objective

The purpose of this policy is to ensure that communications across the Government of Canada are well co-ordinated, effectively managed and responsive to the diverse information needs of the public.

Policy Statement

It is the policy of the Government of Canada to:

- 1 Provide the public with timely, accurate, clear, objective and complete information about its policies, programs, services and initiatives.** In the Canadian system of parliamentary democracy and responsible government, the government has a duty to explain its policies and decisions, and to inform the public of its priorities for the country. Information is necessary for Canadians—individually or through representative groups or Members of Parliament—to participate actively and meaningfully in the democratic process. It is required for access to government programs and services. The public has a right to such information.
- 2 Communicate in English and in French.** The *Canadian Charter of Rights and Freedoms* establishes the equal status of English and French as the two official languages of Canada. It enshrines the right of the public to communicate with the Government of Canada in either language. Communications with the public and services to the public must be provided in both languages as required by the *Official Languages Act*. The Act affirms the government's commitment to enhance the vitality of the English and French linguistic minority

communities in Canada—supporting and assisting their development—and to foster the full recognition and use of both English and French in Canadian society.

- 3 Ensure that institutions of the Government of Canada are visible, accessible and accountable to the public they serve.** To be accessible and accountable, the government and its institutions must be visible and recognizable wherever they are present. Clear identification allows the public to see the government at work, to access its programs and services, and to assess its activities. Communicating through many channels—from service centres, the telephone and mail to print and broadcast media, the Internet and World Wide Web—the government must identify itself in a distinct, consistent way the public can recognize in all circumstances.
- 4 Employ a variety of ways and means to communicate, and provide information in multiple formats to accommodate diverse needs.** Government information must be broadly accessible throughout society. The needs of all Canadians, whose perceptual or physical abilities and language skills are diverse, must be recognized and accommodated. Information must be accessible so citizens, as responsible members of a democratic community, may be aware of, understand, respond to and influence the development and implementation of policies, programs, services and initiatives. Information must be available in multiple formats to ensure equal access. All means of communication—from traditional methods to new technologies—must be used to reach and communicate with Canadians wherever they may reside. Modern government requires the capacity to respond effectively over multiple channels in a 24-hour, global communications environment.
- 5 Identify and address communication needs and issues routinely in the development, implementation and evaluation of policies, programs, services and initiatives.** Communication enables the exchange of information Canadians and their government rely upon for an effective partnership. Gathering and providing information of

importance to the public, government and the democratic process requires professional tools and resources, and effective, accountable management. Internal and external communication requirements must be identified and met when planning, managing or reviewing policies, programs, services or initiatives. Responsible use of public funds to obtain maximum value for taxpayer investments is a fundamental requirement in all communication activities.

- 6 Consult the public, listen to and take account of people's interests and concerns when establishing priorities, developing policies, and planning programs and services.** The government's obligation to reach out and communicate with citizens is concomitant with the right of citizens to address and be heard by their government. In a democracy, listening to the public, researching, evaluating and addressing the needs of citizens is critical to the work of government. The government must learn as much as possible about public needs and expectations to respond to them effectively. The dialogue between citizens and their government must be continuous, open, inclusive, relevant, clear, secure and reliable. Communication is a two-way process.
- 7 Deliver prompt, courteous and responsive service that is sensitive to the needs and concerns of the public and respectful of individual rights.** Information services must be managed in a citizen-centred and client-focused manner that achieves results for Canadians. Timely and convenient access to government information and services must be available to the public. Access to information and privacy rights, as well as language rights, must be honoured at all times. Canadians value freedom, openness, security, caring and respect. It is important for their government to communicate in a spirit that reflects those values.
- 8 Encourage public service managers and employees to communicate openly with the public about policies, programs, services and initiatives they are familiar with and for which they have responsibility.** Openness in government promotes accessibility and accountability. It enables informed public participation in the formulation of policy, ensures

fairness in decision making, and enables the public to assess performance. An open and democratic government implies that all employees have a role in communicating with the public while respecting the constitution and laws of Canada. Public service managers and employees must respect privacy rights, matters before the courts, national security, Cabinet confidences and ministerial responsibility. They serve the public interest best by communicating openly and responsively about policies, programs, services and initiatives they help to administer, while treating sensitive information with the discretion it requires.

- 9 Safeguard Canadians' trust and confidence in the integrity and impartiality of the Public Service of Canada.** Canadians value an independent, professional Public Service that treats individuals with respect, fairness and integrity. The value and reputation of public institutions must be honoured. Public service managers and employees are expected to provide information services in a non-partisan fashion consistent with the principles of parliamentary democracy and ministerial responsibility.
- 10 Ensure all institutions of the Government of Canada work collaboratively to achieve coherent and effective communications with the public.** As a core activity and shared responsibility touching all aspects of policy and program administration, the communications function involves employees throughout the government working collaboratively. Co-ordination within, between and among institutions is imperative to ensure coherent and consistent communications government-wide. Delivering information services in the best interests of Canadians and their government, meeting internal and external communication needs efficiently and effectively, is a co-operative endeavour.

Application and Authority

This policy is issued under the authority of the *Financial Administration Act* (FAA), Section 7, and applies to all institutions of the Government of Canada identified in Schedules I, I.1 and II of the Act. All other public institutions subject to the FAA, particularly Crown corporations identified in Schedule III (Parts 1 and 2), are encouraged to become familiar with this policy and to apply its principles to their own communications management.

Policy Requirements

1 Informing and Serving Canadians

Institutions of the Government of Canada must provide the public with open access to information about policies, programs, services and initiatives. Information for public use must be disseminated or readily available in all regions of Canada using all forms of media practical. The communication needs of Canadians travelling or residing abroad must be taken into account as well so they, too, have access to information on policies, programs, services and initiatives.

To assure quality service that meets the information needs of all Canadians, institutions must ensure that:

- (a) the *Canadian Charter of Rights and Freedoms* and the *Official Languages Act*, including all regulations and policies flowing from it, are respected at all times;
- (b) trained and knowledgeable staff provide information services to the public;
- (c) service is timely, courteous, fair, efficient and offered with all due regard for the privacy, safety, convenience, comfort and needs of the public;
- (d) a variety of new and traditional methods of communication are used to accommodate the needs of a diverse public;

- (e) published information is available on request in multiple formats to accommodate persons with disabilities;
- (f) information in all formats is well identified as being from the Government of Canada according to the requirements of the *Federal Identity Program*;
- (g) information requests or inquiries from the public are responded to promptly without undue recourse to the *Access to Information Act*;
- (h) prompt and clear explanations are provided when information requested by the public is unavailable;
- (i) information is available on the standard of service an institution provides to the public, including timelines for responding to inquiries, mail and complaints;
- (j) opportunities are available for the public to provide feedback on major policies, programs, services and initiatives, and that such feedback is carefully considered in reviews or evaluations of same to help make improvements; and
- (k) information about an institution's mission, structure, programs and services is provided to Communication Canada for public access through 1 800 O-Canada and the Canada Site portal.

2 Information Free of Charge

Institutions must provide information free of charge when the information is in their control and it:

- (a) is needed by individuals to make use of a service or program for which they are eligible;
- (b) explains the rights, entitlements and obligations of individuals;
- (c) consists of personal information requested by the individual whom it concerns;

- (d) informs the public about dangers or risks to health, safety or the environment;
- (e) is required for public understanding of a major new priority, law, policy, program or service; or
- (f) is requested under the *Access to Information Act* and fees are waived at the discretion of the head of the institution.

3 Plain Language

An institution's duty to inform the public includes the obligation to communicate effectively. Information about policies, programs, services and initiatives must be clear, relevant, objective, easy to understand and useful.

To ensure clarity and consistency of information, plain language and proper grammar must be used in all communication with the public. This principle also applies to internal communications, as well as to information prepared for Parliament or any other official body, whether delivered in writing or in speech.

4 Official Languages

In all communications, institutions must respect the equality of status of the two official languages as established by the *Canadian Charter of Rights and Freedoms* and given effect through the *Official Languages Act* and the *Official Languages (Communications with and Services to the Public) Regulations*. Institutions must adhere to all legal requirements and regulations derived from these statutory provisions.

Institutions must identify and respect all official language requirements that apply when engaging in any of the communication activities stipulated in this policy. Institutions must abide by the Treasury Board's official language policies, which set out various requirements with respect to communications. They must also abide by the requirements of the *Federal Identity Program* concerning the visual presentation of the official languages in communications or information materials.

5 Corporate Identity

Clear and consistent corporate identity is required to assist the public in recognizing, accessing and assessing the policies, programs, services and initiatives of the Government of Canada.

To maintain a recognizable and unified corporate identity throughout the government, institutions must ensure that their buildings, facilities, programs, services and activities are clearly identified in accordance with the *Federal Identity Program (FIP)*. Institutions must manage communication design and presentation along common lines and in a co-ordinated manner consistent with FIP.

In identifying contributions or activities, institutions must give prominence to the official symbols of the Government of Canada. Institutions must display the “Canada” wordmark, which is the global identifier of the Government of Canada, in all information and communication materials, regardless of medium, for internal or external use.

Institutions must also adhere to the Treasury Board’s *Common Look and Feel for the Internet: Standards and Guidelines*, which apply to the design and presentation of on-line communications.

6 Reflecting Diversity

Institutions must ensure their publications and other communication materials depict the diverse nature of Canadian society in a fair, representative and inclusive manner. The requirements of the *Canadian Multiculturalism Act* must be respected at all times.

Institutions must be sensitive to differences among and within the various regions of Canada. They must ensure balance in their communication plans and activities so that the needs and interests of local and regional populations are reflected and addressed. (See Requirement 15 for further direction on managing regional communications.)

7 Environment Analysis

To evaluate and address public needs and expectations effectively—to anticipate issues that may arise and to formulate appropriate response strategies—institutions must routinely monitor and analyze the public environment as it relates to their policies, programs, services and initiatives. Institutions must use a variety of tools to assess the environment in which they operate, including citizen feedback, inquiry analysis, media monitoring and opinion research.

As an element of effective environment analysis, institutions must identify and track current and emerging public issues and trends reported by the media. Communication Canada offers institutions a centrally appropriated electronic media monitoring service. Institutions that choose to use this service must register with Communication Canada for access.

8 Public Opinion Research

Institutions use public opinion research to better understand Canadian society and to identify citizen needs and expectations. It is used to assess the public's response to proposals or to possible changes or initiatives; to assess the effectiveness of policies, programs and services; to measure progress in service improvement; to evaluate the effectiveness of communication activities such as advertising; and for marketing purposes, among other applications.

Institutions must adhere to the requirements of the Treasury Board's *Contracting Policy* and *Common Services Policy* when contracting public opinion research to quantify, qualify or evaluate the views, attitudes or perceptions of a given population. Institutions must ensure the quality and value of research they commission or produce.

Institutions must:

- (a) submit their plans, strategies and instruments for public opinion research projects and initiatives to Communication Canada as the technical and co-ordinating authority for Government of Canada public opinion research;

- (b) obtain a project registration number from Communication Canada for authorization to contract public opinion research services;
- (c) contract public opinion research services through Public Works and Government Services Canada;
- (d) forward copies of final reports of public opinion research to Communication Canada, which in turn deposits them promptly with the Library of Parliament and the National Library of Canada;
- (e) share research results with other Government of Canada departments and agencies that have an interest in the findings;
- (f) ensure that the principles of fair information practices embodied in sections 4 to 8 of the *Privacy Act* are respected in any public opinion research; and
- (g) release final research results to the public promptly on request.

9 Consultation and Citizen Engagement

Communication requirements must be taken into account in the planning, management and evaluation of consultation and citizen engagement activities. Open and responsive communications are critical to the success of public consultations.

Communications staff provide advice and support to managers who plan, implement or evaluate an institution's consultation and citizen engagement processes. Managers responsible for consulting the public work collaboratively with communications staff, who prepare and help to implement communication plans and strategies.

Institutions must inform Canadians about opportunities to participate in public consultation and citizen engagement initiatives. This may be done through Web sites, letters of invitation, notices to the media, paid advertising and other vehicles normally used by institutions to communicate with the public, including publishing notices in the *Canada Gazette* (see Requirement 27(d)).

Institutions must ensure that communication or information materials prepared for consultative purposes are well identified as being from the Government of Canada, according to the requirements of the *Federal Identity Program*.

10 Risk Communication

Institutions must anticipate and assess potential risks to public health and safety, to the environment, and to policy and program administration. Usually understood to embody an element of possible danger, hazard or threat, risk in the broadest sense is associated with a willingness to take a chance on uncertainty in order to achieve some potential gain.

Plans and strategies for communicating risk to the public must be developed as needed. To communicate about risk effectively, institutions must demonstrate interest and concern for all opinions and positions, understand different perspectives, and respect their underlying premises. Effective risk management requires open and transparent communication among differing or even opposing interests.

Institutions must:

- (a) foster open dialogue with the public on issues involving risk and build a climate of trust, credibility and understanding by being forthcoming about facts, evidence and information concerning risk assessments and decisions taken;
- (b) facilitate the interactive exchange of information on risk and risk-related factors among interested parties inside and outside of their institution;
- (c) respond to public perceptions and provide factual information to address misconceptions or misunderstandings about risk;
- (d) integrate environment analysis and communication planning and strategy into risk-assessment and decision-making processes; and

- (e) follow Treasury Board policy direction on risk management in the delivery of programs and services, and consult Treasury Board guidance on the subject, which includes the *Integrated Risk Management Framework*.

11 Crisis and Emergency Communication

While the terms “crisis” and “emergency” are not synonymous, effective communication is an integral part of both crisis and emergency management.

A “crisis” is a situation that somehow challenges the public’s sense of appropriateness, tradition, values, safety, security or the integrity of the government. A crisis need not pose a serious threat to human life or property. Effective communication management is imperative to help maintain or restore the public’s confidence in the government during times of crisis.

An “emergency” is an abnormal situation that requires prompt action, beyond normal procedures, in order to limit damage to persons, property or the environment. Some emergencies may also be, or become, crises, if, for example, it is perceived that the government has no control over a situation. Effective communication management is imperative before, during and after an emergency to help prevent injury or loss of life, to help limit damage to assets and property, to help maintain public services, to assist in the process of recovery, and to help maintain or restore public confidence in the government.

Under the *Emergency Preparedness Act*, institutions are required to prepare plans for dealing with emergencies.

Institutions must recognize that extraordinary and rapid efforts may be required in times of crisis or emergency. They must be prepared to adjust priorities and resources accordingly. The necessary plans, partnerships, tools and methods must be in place to allow government officials to communicate effectively and efficiently in both official languages during an emergency or a crisis.

Several government agencies at the national, provincial or local level may be involved in responding to an emergency or crisis. Co-operation with others, such as industry or community leaders and non-governmental organizations, may also be required.

Agreement among governments and their institutions regarding lead responsibility for communications during a crisis or an emergency is essential for the timely provision of accurate, relevant and consistent information. It is necessary to facilitate the delivery of services, to eliminate the potential for contradiction or confusion, and to demonstrate government leadership.

Lead institutions must undertake contingency planning and develop standard operating procedures. They must seek agreement with regional and local authorities on the co-ordination of government assistance and the designation of a single focus of responsibility for all communications with the public.

Lead responsibility must be identified as part of the planning process. Where it is unclear which government authority may have the lead in particular circumstances, institutions must seek guidance from the Privy Council Office.

12 Management and Co-ordination

Institutions must integrate communications into corporate management processes and procedures. Communications are a shared responsibility that must be co-ordinated with other areas of management.

Clear working links must be maintained at all times between communications and other core functions: policy and program management, service delivery, human resources management, information management, and the management of information technology.

Institutions must:

- (a) develop, implement, manage and evaluate policies, programs, services and initiatives with the ongoing advice, support and involvement of specialists in government communications;
- (b) ensure that the communications function—as outlined in Appendix B—has the resources needed to fulfil the requirements of this policy, and that resources are prudently managed;
- (c) ensure an appropriate distribution of resources between headquarters and regions in all communications planning, management and delivery;
- (d) ensure that staff at all levels carry out their unique role in, and shared responsibilities for, delivering and managing government communications;
- (e) examine ways to increase efficiency in responding to communication issues, and adjust and simplify approval processes as necessary;
- (f) ensure the coherence and consistency of information and messages across all channels of communication, from in-person service, telephone and mail, to facsimile, Internet and electronic transmission;
- (g) collaborate with other institutions of the Government of Canada in communication activities that promote common or government-wide messages and themes; and
- (h) seek the advice of the Privy Council Office on issues and themes that may have horizontal or government-wide implications that require co-ordination.

13 Planning and Evaluation

Institutions must integrate communication planning into their annual business planning process and evaluate communications work as an integral part of business operations. Business plans must take account of an institution's communication requirements.

Every institution must prepare a corporate communication plan that:

- integrates governmental, ministerial and institutional priorities;
- identifies target audiences inside and outside of the institution (citizens, stakeholder groups, etc.);
- takes account of the views and concerns of audiences inside and outside of the institution (i.e. the internal and external environments);
- delineates strategies, tools, messages and responsibilities for communicating with target audiences; and
- sets out operational needs and resource allocations.

The corporate communication plan must be periodically reviewed, evaluated and updated in conjunction with the business planning and budgeting cycle.

Institutions must:

- (a) ensure that communication planning forms an integral part of program and policy initiatives and that communication requirements are fully accounted for within budgets and financial plans;
- (b) ensure that the public environment—particularly the views and needs of citizens—is assessed at all stages of an initiative and reflected in communication plans;

- (c) ensure communication plans and strategies for policies, programs, services and initiatives are developed collaboratively with input from responsible managers in both headquarters and regional offices;
- (d) reflect Government of Canada themes and messages in communication plans and strategies;
- (e) work collaboratively with other Government of Canada institutions to develop joint communication plans and strategies in areas of mutual interest;
- (f) share communication plans and evaluation findings with other Government of Canada institutions;
- (g) provide communication plans to the Treasury Board of Canada Secretariat on request for information, monitoring or review;
- (h) track the performance of communication products and measure results achieved against objectives set in communication and business plans;
- (i) evaluate the effectiveness, including cost-effectiveness, of communication programs and campaigns developed in support of policy or program initiatives, and make improvements or adjustments as needed to ensure the efficacy of plans, strategies and activities;
- (j) evaluate periodically (at least every three years) the degree to which their management practices comply with the requirements of this policy;
- (k) include, when feasible, an assessment of the degree of compliance with this policy in their internal audits, evaluations and reviews of programs and services;

- (l) comply with the requirements of the Treasury Board's *Internal Audit Policy*, *Evaluation Policy* and *Policy on Active Monitoring* when carrying out reviews, evaluations or audits related to communications; and
- (m) provide audit and evaluation reports to the Treasury Board of Canada Secretariat when completed.

14 Memoranda to Cabinet and Treasury Board Submissions

A Memorandum to Cabinet must include a communication plan and identify resources dedicated to achieving communication goals and objectives, as prescribed by the Cabinet Paper System.

A communication plan with budget information is also required in Treasury Board submissions that have not been the subject of a Memorandum to Cabinet and which concern significant investments of public funds, a major new policy, program, service or initiative, or matters in which the public has demonstrated or could express sensitivity and concern.

To ensure appropriate measures and adequate resources are recommended to meet planned communication objectives, the head of communications reviews the memoranda to Cabinet and Treasury Board submissions an institution prepares.

15 Regional Operations

Regional offices responsible for delivering programs and services in the different regions of Canada must be involved in an institution's communication planning, development, implementation and evaluation.

Co-ordination between headquarters and regional operations in communication matters is essential. Regional communications staff must be included from the outset in planning and developing strategies to achieve an institution's communication objectives at the local or regional level.

Heads of communications and regional communications managers must confer regularly to ensure an institution's communication objectives are met in all regions of the country.

When issuing communications or public information with a regional focus or orientation, or when participating in a local event, institutions must ensure that appropriate senior staff from the regional operation(s) concerned are involved in communications planning, strategy and implementation. Similarly, regionally driven communication activities must involve headquarter operations.

Institutions must ensure that regional operations have the resources needed to carry out the requirements of this policy and to effectively manage the communications function. Institutions must ensure that all regional communications conform to the *Federal Identity Program*.

Regional events and activities frequently involve multiple institutions in communication planning and management. Communication Canada co-ordinates corporate communications of the Government of Canada in the different regions of the country. Working in consultation with the regional councils of senior federal officials, and their communications committees, Communication Canada supports and facilitates Government of Canada communications in the provinces and territories.

16 Internal Communication

Communication among managers and employees must be open and collaborative to achieve government goals and institutional missions, and to ensure quality information services for the public.

Internal communication must be two-way, a dialogue. Listening to employee ideas, concerns and suggestions for achieving results and improving service, and acting upon them, is just as important as keeping employees informed about the goals and priorities of an institution, or about developments, changes or new initiatives affecting

their work. Taking account of the views and concerns of employee unions, representatives and associations can also lead to more effective organizational management.

Engaging employees in a conversation for action allows institutions to tap into a vast pool of intelligence and expertise. Properly engaged in the life of an organization, employees can be valuable allies in external communications—helping to inform the public, professional colleagues and prospective employees about their organization.

Internal communication is an integral part of an institution's corporate communications strategy and must be addressed in the corporate communication plan (see Requirement 13 for further direction).

Effective internal communication is a shared management responsibility. The deputy head champions an institution's commitment to open and collaborative internal communications with the support of the entire management team. Collaboration, particularly between human resources management and the communications function, is essential to ensure internal communication requirements are met.

Managers and supervisors must communicate with employees openly, frequently, and before or at the same time as information is communicated to the public. Training in communications must be available to them to help ensure they are effective communicators.

To foster employee knowledge, awareness and understanding, internal communication includes a mix of published materials (in multiple formats), oral presentations, staff meetings and learning events. Representation on newsletter editorial boards, internal communication advisory committees and evaluation task forces provide additional avenues to engage managers and employees in a conversation for action.

Internal communication activities and processes must be reviewed from time to time to evaluate results, to identify areas for improvement, and to make adjustments as needed.

All internal communications must be managed in accordance with the requirements of the *Official Languages Act* (particularly Part V concerning the language of work). Institutions must comply with the official language policies of the Treasury Board, particularly those concerning *Language of Work* and *Communications between Regions*.

Internal communication materials must be identified in accordance with the *Federal Identity Program*.

17 Technological Innovation and New Media

Institutions must maintain a capacity for innovation and stay current with developments in communications practice and technology. As they adopt new means of communication, institutions must continue to reach, in a timely manner, citizens whose access to technology may be limited or who prefer to receive government information through more traditional means.

To ensure new technology advances an institution's ability to connect with Canadians in efficient and practical ways, all investment plans and decisions must be developed collaboratively by managers in information technology, communications and other key functions, such as program and service delivery, and human resources.

Investments in new communications technology must serve to:

- (a) enhance public access to information, programs and services;
- (b) achieve efficiencies in the preparation, accessibility and dissemination of information, while preserving its availability to current and future generations;

- (c) foster interactive communications with Canadians and facilitate public consultation in the development and delivery of policies, programs, services and initiatives; or
- (d) improve service performance and integrate service delivery.

18 Internet and Electronic Communication

The Internet, World Wide Web and other means of electronic communication are powerful enablers for building and sustaining effective communication within institutions and with their clients across Canada and around the world.

An important tool for providing information and services to the public, the Internet facilitates interactive, two-way communication and feedback. It provides opportunities to reach and connect with Canadians wherever they reside, and to deliver personalized services.

Institutions must maintain an active presence on the Internet to enable 24-hour electronic access to public programs, services and information. E-mail and Web sites must be used to enable direct communications between Canadians and government institutions, and among public service managers and employees.

Institutions must advance Government of Canada on-line initiatives aimed at expanding the reach and quality of internal and external communications, improving service delivery, connecting and interacting with citizens, enhancing public access and fostering public dialogue.

Institutions must ensure that Internet communications conform to government policies and standards. Government of Canada themes and messages must be accurately reflected in electronic communications with the public and among employees.

To ensure congruence with other communication activities, an institution's Web sites, sub-sites and portals must be reviewed regularly by the head of communications, or his or her designate, who oversees and advises on Web content and design.

Web site managers, at headquarters and in regional offices, must consult with communications staff on the editorial and visual content of Web pages, including design and presentation, to ensure publishing standards and other communication requirements are met.

Collaboration is also required between communications and information technology specialists to ensure effective planning and management of electronic information services. Managers and employees responsible for the operational and technical aspects of an institution's Web-based systems work in consultation with communications staff who provide strategic advice on Web content and the use of technology for communication purposes. (Also see "Web site" references in Requirements 23, 24, 26 and 27 concerning advertising, partnering, marketing and publishing.)

Institutions must:

- (a) manage their Web sites and portals in accordance with the Treasury Board's *Common Look and Feel for the Internet: Standards and Guidelines*;
- (b) identify on-line information and services, including e-mail messages, in accordance with the *Federal Identity Program*;
- (c) ensure electronic communications conform to the requirements of the *Official Languages Act* and the *Official Language Policies* of the Treasury Board, including the *Policy on Using the Official Languages on Electronic Networks*;
- (d) be connected to the Government of Canada's Internet and intranet portal sites, the Canada Site and Publiservice, managed by Communication Canada;

- (e) ensure that Internet-published information on policies, programs, services and initiatives is regularly updated, accurate, easy to understand, and accessible in multiple formats for persons with disabilities;
- (f) ensure that printed material for public dissemination is published concurrently on the Internet;
- (g) incorporate mechanisms into on-line services for receiving and acknowledging public feedback;
- (h) respect privacy rights and copyright ownership in all on-line publishing and communication—in compliance with the *Privacy Act*, the *Personal Information Protection and Electronic Documents Act* and the *Copyright Act*;
- (i) ensure that information published on Web sites, prior to posting any changes or updates, is recorded and archived to assure long-term retention and the preservation of institutional memory—with timely and consistent processes for doing so established in consultation with the managers of an institution’s information holdings; and
- (j) abide by the Treasury Board’s *Policy on the Use of Electronic Networks*, *Management of Information Technology Policy*, *Management of Government Information Holdings Policy*, *Security Policy of the Government of Canada*, and *Privacy and Data Protection Policy*.

19 Media Relations

Journalists and other media representatives play an important role in the democratic process—providing the public with news and information about government, and reporting on the public’s views and opinions of government. Institutions must cultivate proactive relations with the media to promote public awareness and understanding of government policies, programs, services and initiatives.

Institutions must operate and respond effectively in a 24-hour media environment. They must be able, on short notice, to reach and inform the media on issues of importance to decision-makers and the public. Institutions engage the media using a variety of communication tools, including news conferences, background or technical briefings, news releases, and audio-video presentations.

Institutions must facilitate information or interview requests from the media, and manage plans and strategies for communicating with the media. Institutions must consult their minister's office when planning media campaigns or strategies that could involve ministerial participation, or when preparing a response to a media inquiry that could have implications for the minister.

Institutions must respect the authority and responsibility of Parliament, whose members are entitled to learn about planned legislative initiatives before information about them is released to the media.

Institutions must ensure the quality and consistency of information services provided to the media in both official languages. Media enquiries, whether by phone, email, letter or in person, must be addressed promptly to accommodate publication deadlines.

Institutions must ensure processes and procedures are in place to assist managers and employees in responding to media calls.

Communication specialists responsible for media relations ensure that media requests, particularly for interviews or technical information on specialized subjects, are directed to knowledgeable managers or staff designated to speak as official representatives of their institution. (See Requirement 20 for policy direction on spokespersons.)

20 Spokespersons

Ministers are the principal spokespersons of the Government of Canada. They are supported in this role by appointed aides, including executive assistants, communication directors and press secretaries

in ministers' offices, and by the senior management teams of government institutions, which include deputy heads, heads of communications and other officials.

Ministers present and explain government policies, priorities and decisions to the public. Institutions, leaving political matters to the exclusive domain of ministers and their offices, focus their communication activities on issues and matters pertaining to the policies, programs, services and initiatives they administer.

An institution's senior management must designate managers and knowledgeable staff in head offices and in the regions to speak in an official capacity on issues or subjects for which they have responsibility and expertise.

Officials designated to speak on an institution's behalf, including technical or subject-matter experts, must receive instruction, particularly in media relations, to carry out their responsibilities effectively and to ensure the requirements of their institution and this policy are met. (See Requirement 19 for policy direction on media relations.)

Spokespersons, particularly senior managers, are often called upon to represent institutions before parliamentary committees and boards of inquiry. To ensure effective communication that respects official protocol, spokespersons must be familiar with Privy Council Office guidelines on appearing before Parliament and other official bodies.

Spokespersons at all times must respect privacy rights, security needs, matters before the courts, government policy, Cabinet confidences and ministerial responsibility. When speaking as an institution's official representative, they must identify themselves by name and position, speak on the record for public attribution, and confine their remarks to matters of fact concerning the policies, programs, services or initiatives of their institution.

21 Public Events and Announcements

Institutions, both at headquarters and in their regional offices, must identify opportunities to inform the public about significant initiatives or contributions of the Government of Canada. Public events and announcements, including news conferences, must be arranged from time to time for communication purposes.

Institutions determine whether they will participate in a public event or issue an announcement. They must contact their minister's office to determine if the minister or other parliamentarian(s) chosen by the minister will represent the government.

Institutions must plan and co-ordinate events with ministerial staff when a minister will attend, or with a parliamentarian's staff when a Member of Parliament or Senator will attend. When multiple institutions are involved in a public event or announcement, they must co-ordinate their participation with the Privy Council Office.

Institutions must ensure that the Government of Canada is appropriately identified and represented at events and announcements, including those involving other participants, such as other levels of government, non-governmental organizations, industry or business. Institutions must identify all materials, displays or presentations prepared for public events or announcements in accordance with the *Federal Identity Program*. Official language requirements must also be addressed.

Institutions must not participate in, or lend support to, partisan events organized for political party purposes.

22 Fairs and Exhibitions

Institutions must adopt a coherent and co-ordinated approach to their participation in fairs and exhibitions. Multiple institutions appearing at the same event must display a unified presence that promotes common themes and messages of the Government of Canada.

Exhibits and display materials must conform to the standards of the *Federal Identity Program* and to the requirements of the *Official Languages Act*. Methods for obtaining public feedback on specific or general issues of concern to an institution must be incorporated into all exhibits.

Communication Canada co-ordinates the participation of institutions in fairs and exhibitions visited by the Canada Pavilion. Participating institutions must co-locate within the pavilion site as arranged by Communication Canada.

As manager of the Government of Canada's *Fairs and Exhibits Program*, Communication Canada provides institutions with a current listing of those events for which it is the co-ordinating authority. Institutions must submit their exposition plans to Communication Canada well before an event takes place to permit efficient, co-ordinated planning and execution.

23 Advertising

Institutions may place advertisements or purchase advertising space or time in any medium to inform Canadians about their rights or responsibilities, about government policies, programs, services or initiatives, or about dangers or risks to public health, safety or the environment.

Institutions must determine their obligations under sections 11 and 30 of the *Official Languages Act* to ensure compliance in all advertising. Moreover, institutions must respect the Government of Canada's commitment, stated in Part VII of the Act, to enhance the vitality of official language minority communities. Advertising plans and campaigns must address the needs, concerns and language preferences of such communities. Media buys must include the purchase of advertising space and time in organs serving a community's official language minority, be it English or French.

The placement or purchase of advertising may also be directed at audiences outside of Canada to promote Canadian interests. Institutions must consult with the Department of Foreign Affairs and International Trade when planning to advertise in foreign markets to ensure compatibility with government communications abroad.

Advertising placed in Canadian foreign language media is normally translated into the appropriate foreign language. If a translation is not available, the ad must appear in the two official languages of Canada each displayed with equal prominence in the same advertising space.

Institutions must not publish in their communication materials, services or vehicles, regardless of medium, advertisements from a private-sector or non-government source. Institutions must not sell advertising space or time, either on their Web sites or in any of their publications, to the private sector or to any source outside of government.

Institutions must avoid the appearance or public perception of endorsing or providing a marketing subsidy or an unfair competitive advantage to any person, organization or entity outside of government. Institutions must not advertise or publicly endorse the products or services they purchase or obtain from the private sector under contract. (See Requirements 24 and 25 for further policy direction on advertising sponsorships and collaborative arrangements.)

Institutions must not use public funds to purchase advertising in support of a political party.

Institutions must suspend their advertising during general elections of the Government of Canada. Advertising is only permitted when: an institution is required by statute or regulation to issue a public notice for legal purposes; an institution must inform the public of a danger to health, safety or the environment; or an institution must post an employment or staffing notice. Otherwise, advertising plans and activities must be held in abeyance effective the day that the

Governor in Council issues a writ for a general federal election, and must not resume until the day the newly elected government is sworn into office.

To ensure the integrity and efficacy of government advertising, institutions must:

- (a) consistently and coherently reflect overarching government themes and messages in advertising plans and strategies, with advice from the Privy Council Office;
- (b) submit their advertising plans to Communication Canada for review by the Government Advertising Committee;
- (c) obtain a project registration number from Communication Canada for authorization to contract advertising services;
- (d) contract advertising services through Public Works and Government Services Canada, and adhere to the requirements of the Treasury Board's *Contracting Policy* and *Common Services Policy* in all advertising procurement;
- (e) ensure that advertising design and presentation conform to the requirements of the *Federal Identity Program*;
- (f) pre-test all major advertising campaigns to help ensure they meet stated objectives and forward the results to Communication Canada;
- (g) evaluate all major advertising campaigns to assess their effectiveness in achieving stated objectives and forward the results to Communication Canada; and
- (h) confer with Communication Canada when planning to use public opinion research to pre-test or evaluate major advertising campaigns.

24 Partnering and Collaborative Arrangements

Communication requirements must be taken into account when planning, negotiating or implementing a partnering or collaborative arrangement.

Joint activities or initiatives involving another government, a company, an organization, a group or an individual must be communicated in a manner that is fair and equitable to all parties. The parties involved in a collaborative arrangement have shared or compatible objectives, contribute resources (financial or in-kind), share in the benefits, and agree to a fair allocation of risk-taking.

Agreements governing collaborative arrangements establish the communication roles and responsibilities of the parties involved. Official languages, corporate identity, visibility, publishing, marketing and promotional activities are among the communication requirements delineated in partnering agreements.

Managers responsible for negotiating, implementing or administering collaborative arrangements must consult with their institution's head of communications, or his or her designate, for communication advice and support. Such consultation must take place prior to establishing a collaborative arrangement, as well as when one is under way, to ensure compatibility with the communication goals of the government and the institution.

When informing the public or publishing information about partnering activities, institutions must ensure that the contributions of all participants are fairly acknowledged and attributed. Corporate names and logos, without promotional tag lines, are appropriate identifiers for use in acknowledging the contributions of participants.

Institutions must use the "Canada" wordmark when identifying their own participation in a collaborative arrangement, as required under the *Federal Identity Program*, to enable public recognition of the contributions of the Government of Canada.

Institutions must ensure that the parties involved also acknowledge the Government of Canada's contribution in their own communications with the public.

In its communications with the public, whether on its Web sites or in any of its publications, an institution must not advertise the commercial products or services of private-sector participants. Information issued by an institution about a collaborative arrangement and its participants must be objective and factual, not promotional.

For the purpose of this policy, to ensure fair acknowledgement of contributors, the simple display of a corporate name or logo in communication materials intended for public dissemination in any medium does not constitute advertising.

A collaborative arrangement may include advertising or promotional efforts involving the media as part of a communication strategy. However, such efforts must not be the focus of partnering activities, but simply an aide to informing the public about them. (See Requirement 23 for further direction on advertising.)

In all partnering and collaborative arrangements, institutions must:

- (a) analyze the public environment and take account of the views, concerns and language preferences of citizens and stakeholders before entering into an agreement;
- (b) be mindful of public perceptions, avoid conflicts of interest, uphold public trust and confidence in the impartiality and integrity of the Public Service, and honour the value and reputation of public institutions;
- (c) determine whether a proposed partnering or collaborative arrangement constitutes an alternative service delivery initiative under the Treasury Board's criteria for such and, if so, adhere to the *Policy on Alternative Service Delivery*;
- (d) ensure the deputy head is regularly informed of communication plans and activities related to partnering and collaborative arrangements;

- (e) integrate information about partnering and collaborative arrangements into the institution's business and communication planning processes; and
- (f) communicate the results of collaborative arrangements through normal audit, evaluation and performance reporting processes.

25 Sponsorships

Institutions both issue and receive sponsorships—arrangements in which one party provides another with financial resources or in-kind assistance to support a project or activity of mutual interest and benefit. Like all collaborative arrangements, sponsorships must be communicated in a manner that is fair and equitable to each party.

Institutions must acknowledge their sponsors when communicating with the public about a sponsored activity. Similarly, institutions must ensure sponsorship recipients—individuals, groups, companies or other governments—acknowledge the Government of Canada's contribution(s) to their activities.

Managers responsible for arranging or administering sponsorships must consult with their head of communications, or his or her designate, before issuing or accepting a sponsorship to ensure its compatibility with the government and institution's communication goals. The institution's deputy head must be regularly informed as well of communication plans and activities related to sponsorship arrangements. Requirement 24(a)–(f) also applies to sponsorships.

Institutions must not accept a sponsorship from the private sector in exchange for advertising the goods or services of the sponsor.

A sponsored project or activity may include advertising or promotional efforts involving the media as part of a communication strategy. However, such efforts must not be the focus of a sponsorship, but simply an aide to informing the public about it. (See Requirements 23 and 24 for further direction on advertising and partnering.)

26 Marketing

Marketing assists in promoting an institution's policies, programs, services and initiatives to the public. Institutions must integrate marketing with the communications function. This ensures that promotional activities, whether in support of specific market needs or broader policy objectives, advance the communication goals of the government and the institution.

To ensure congruence with other communication activities, the head of communications, or his or her designate, must review marketing plans and strategies before they are implemented.

Like other communication activities, the design and implementation of marketing initiatives, projects or campaigns must conform to the requirements of the *Federal Identity Program*. Similarly, marketing efforts conducted through an institution's Web site must conform to the requirements of the Treasury Board's *Common Look and Feel for the Internet: Standards and Guidelines*.

In all marketing activities, institutions must comply with the *Official Languages Act* and the Treasury Board's Official Language Policies.

For direction on marketing an institution's sponsorships and collaborative arrangements, see Requirements 24 and 25 above.

27 Publishing

Institutions must facilitate public access to their publications—all information materials, regardless of publishing medium, produced for public dissemination or for limited circulation outside of government.

To ensure public access to government publications, and that statutory requirements for government publishing are met, institutions must:

- (a) maintain an index—accessible to the public—that lists all of an institution's published works, free and priced publications as well as co-publications;

- (b) forward the index of published and co-published works with regular updates to Communication Canada for entry into the Government of Canada's central publishing database;
- (c) provide copies of published works to the *Depository Services Program*, managed by Communication Canada;
- (d) comply with the statutory requirements to publish legal and regulatory notices in the *Canada Gazette*, managed by Communication Canada;
- (e) notify Communication Canada of publications they plan to produce for sale;
- (f) ensure that publications for sale are not comprised primarily of information that otherwise must be provided free of charge as described in Requirement 2;
- (g) make publications available in multiple formats on request, as stipulated in Requirement 1(e);
- (h) ensure that published material in all formats meets official language requirements and the design standards and requirements of the *Federal Identity Program*;
- (i) follow the bibliographic standards set by the National Library of Canada and ensure that publications in all formats are assigned standard bibliographic reference numbers (International Standard Book Numbers or International Standard Serial Numbers);
- (j) provide two copies of all publications, in all formats available and in both English and French, to the National Library of Canada in accordance with the *National Library Act*;
- (k) ensure that publications available on their Web sites meet the Treasury Board's *Common Look and Feel for the Internet: Standards and Guidelines*;

- (l) comply with the requirements of the Treasury Board's *Management of Government Information Holdings Policy* and *Common Services Policy*; and
- (m) comply with the requirements of the Treasury Board's *Contracting Policy* when contracting for printing, editorial, design or distribution services.

28 Copyright and Licensing

Institutions must comply with the *Copyright Act* and ensure that the ownership rights associated with works subject to copyright are fully respected in all media applications.

Institutions must manage the administration and licensing of Crown copyright in co-ordination with Communication Canada.

Institutions must comply with the Treasury Board's *Common Services Policy* and *Policy on Title to Intellectual Property Arising under Crown Procurement Contracts*. Institutions also must comply with the requirements of the *Federal Identity Program* with respect to Government of Canada symbols and identifiers protected under the *Trade-marks Act*.

29 Film, Video and Multimedia Productions

The production, distribution and evaluation of motion picture films, videotapes, television programs, interactive videodiscs, CD ROMs and multimedia productions must be contracted through Public Works and Government Services Canada (PWGSC). PWGSC ensures the integrity of the contracting process between institutions and private- or public-sector producers. It oversees contracting, quality control and storage services, while institutions handle all other aspects of project management.

All film, video and multimedia productions commissioned by institutions must comply with the requirements of the *Federal Identity Program* and the Treasury Board's *Common Services and Contracting* policies. In accordance with the *National Library Act*, copies of all

finished productions in film, video, CD and multimedia formats must be deposited with the National Library of Canada. Official language requirements also must be met.

30 Cataloguing and Securing Information

Communication materials and published information in all formats must be well-catalogued and securely maintained to ensure current as well as long-term accessibility.

Institutions must:

- (a) ensure that communication records, documents and materials in any format are maintained in compliance with the *National Archives Act*;
- (b) catalogue and describe their information holdings for use in *Info Source* as required by the *Access to Information Act* and the *Privacy Act*;
- (c) maintain an internal library where copies of all publications an institution issues, in all formats, are deposited to ensure long-term retention and access (in co-ordination with the National Library of Canada);
- (d) maintain a current, comprehensive and well-structured identification or classification system or systems that provide effective means for organizing and locating information, as required by the Treasury Board's *Management of Government Information Holdings Policy*; and
- (e) ensure that all requirements of the Treasury Board's *Management of Government Information Holdings Policy*, *Access to Information Policy*, *Security Policy of the Government of Canada* and *Privacy and Data Protection Policy* are met.

31 Training and Professional Development

Institutions must provide their managers and employees at all levels with orientation in the *Communications Policy of the Government of Canada*. Incoming employees must be informed about the policy, and encouraged to familiarize themselves with it, upon appointment.

Institutions must:

- (a) foster professional development among communications staff to ensure they are well versed in the current tools and techniques of communications practice;
- (b) plan for their communication training requirements, allocate adequate resources for staff training and development, and evaluate the effectiveness of training programs; and
- (c) facilitate communications training for employees and managers, particularly those responsible for program and service delivery who work directly with the public, to assist them in developing the skills needed to be effective communicators for their institution.

Accountability

1 Ministers

Under the Canadian parliamentary system, ministers are accountable to the Prime Minister and to Parliament for presenting and explaining government policies, priorities and decisions to the public.

Ministers, both individually and collectively as members of Cabinet, are the principal spokespersons for the Government of Canada and its institutions. It is their role to provide leadership in establishing the priorities and overall themes of government communications.

Ministers:

- determine, together with their respective deputy heads, their communication priorities, objectives and requirements;

- approve the corporate communication plans of the institutions they head;
- define the responsibilities of ministerial staff with respect to communications; and
- establish, together with their respective deputy heads, effective liaison between ministerial staff and institutional heads of communications to ensure that the communication of policy and operational initiatives is co-ordinated, with particular attention to media relations and participation in public events and announcements.

2 Treasury Board of Canada and Secretariat

The Treasury Board of Canada is responsible for approving and promulgating general administrative policy for the Government of Canada, in accordance with the *Financial Administration Act*. Institutions subject to the FAA are responsible, and their deputy heads are accountable, for meeting the requirements of Treasury Board policies.

The Treasury Board of Canada Secretariat advises and supports the Board and its President in the development, implementation and management of administrative policy. The Secretariat has key responsibilities for the *Communications Policy of the Government of Canada*, which include:

- developing, evaluating and reviewing government-wide communications policy;
- advising institutions on policy interpretation and application;
- monitoring policy implementation and compliance;
- assessing performance and results, and ensuring effective resource and expenditure management related to the communications function;

- directing, co-ordinating and monitoring implementation of the *Federal Identity Program*; and
- designating, in collaboration with the Privy Council Office, lead institutions to develop communications policy requirements, guidelines and procedures for the approval of the Treasury Board as required.

3 Cabinet Committee on Government Communications

The Cabinet Committee on Government Communications provides oversight on the government's overall communication strategy or approach.

The Privy Council Office advises and supports the Committee, helping to set and manage its agenda. The Privy Council Office informs institutions of the outcomes of Committee meetings and advises on strategic direction to increase the effectiveness and coherence of communication initiatives throughout the government.

4 Privy Council Office

The Privy Council Office has a central role in the co-ordination and management of government communications, as determined by the Prime Minister and Cabinet. It is responsible for:

- advising Cabinet on communication strategies;
- supporting and co-ordinating the implementation of Cabinet decisions across government;
- monitoring and evaluating the implementation of Cabinet direction on communications;
- collecting and analyzing information on the public environment in order to advise the Prime Minister, ministers and institutions on the management of public issues;

- chairing the Government Advertising Committee (GAC), which reviews and advises on the advertising plans of institutions, helping to ensure their consistency with key government priorities and compliance with relevant policies;
- advising institutions of government priorities and themes to be reflected in communication plans and strategies;
- providing institutions with advice and support in communication planning and management;
- advising institutions on communication issues related to the planning, management and evaluation of policies, programs, services and initiatives;
- co-ordinating and supporting the organization and implementation of horizontal or government-wide communications, by designating lead institutions and assigning special responsibilities;
- providing guidance on communication protocol for public service managers and employees appearing before parliamentary committees or boards of inquiry;
- facilitating the exchange of information among institutions; and
- providing, in collaboration with the Treasury Board of Canada Secretariat, government-wide leadership for the continuous development of the communications community within the Public Service of Canada.

5 Deputy Heads

For the purpose of this policy, deputy heads include all deputy ministers appointed to the government departments listed in Schedule I, and the appointed heads of all institutions listed in Schedules I.1 and II, of the *Financial Administration Act*.

Deputy heads lead, and are responsible for, the overall management of communications and its integration with other key functions, particularly policy and program management. They champion an institution's internal communications.

Deputy heads are accountable to:

- their ministers, for ensuring the government's communication priorities and requirements are met;
- the Clerk of the Privy Council, for ensuring that their institutions' communications fully reflect government-wide policies, themes and priorities, and that the communications function is fully integrated into the planning, management and evaluation of policies, programs, services and initiatives; and
- the Secretary of the Treasury Board, for implementing this policy within their institutions and for carrying out related directives, instructions or administrative procedures that the Secretary may issue from time to time.

Deputy heads must ensure that any instructions issued by the Clerk of the Privy Council, and all relevant Cabinet decisions, concerning communication priorities of the Government of Canada are fully implemented.

Deputy heads must ensure that the requirements of the *Communications Policy of the Government of Canada* are fulfilled in all operations of the institutions they lead, both within Canada and abroad. This includes ensuring that institutions manage both internal and external communications according to the values and principles expressed in the policy.

An institution's deputy head shall designate a senior official, referred to herein as the head of communications, to support the deputy head in the implementation and application of this policy.

6 Heads of Communications and Communications Staff

The head of communications is the senior official designated to support the deputy head in co-ordinating and directing their institution's implementation of this policy.

Heads of communications are members of senior management and report directly to deputy heads. They are accountable to deputy heads for managing the communications function, as described in Appendix B of this policy, both at the headquarters and in the regional offices of institutions. They are also accountable for ensuring that the corporate identity requirements of the Government of Canada, as determined by the *Federal Identity Program*, are adhered to in all applications.

Heads of communications manage corporate identity, advertising, publishing, marketing, environment analysis, public opinion research, media relations, event participation, and other communication activities. They oversee an institution's Web content to ensure it meets communication standards. They also manage horizontal communication issues and priorities that involve a number of government institutions as identified and co-ordinated by the Privy Council Office.

Heads of communications and communications staff are actively involved in the planning, management and evaluation of policies, programs, services and initiatives—providing communications advice and support in all phases of operation.

The head of communications must ensure that the activities of an institution's communications staff, at headquarters and in regional offices, conform to the requirements of this policy regardless of reporting relationships or placement within organizational structures.

Communications staff carry out all duties associated with the communications function. Advocating on behalf of those who will or should receive information, communications staff ensure the clarity and utility of information for the end user. They work collaboratively with other key personnel (as noted in subsection 7 below) providing communications advice and support.

7 Policy Advisers, Program Managers and Functional Specialists

The communications function is a shared responsibility that requires the support, co-operation and interaction of various personnel throughout an institution. Policy advisers, program managers and other functional specialists—analysts, researchers, human resource officers, access to information and privacy co-ordinators, marketing specialists, information technologists, Web masters, graphic artists, librarians, receptionists and call-centre staff—must carry out the requirements of this policy in all aspects of their work. Their supervisors must ensure that the head of communications, or his or her designate, is consulted on all activities and initiatives involving communication with the public or which have implications for an institution's internal communications.

Such personnel must participate actively in the planning, co-ordination and implementation of an institution's communications, including the use of new technologies. Their co-operation is required to ensure sufficient resources for communications are allocated within operational budgets. Active working links and ongoing liaison with communications staff are imperative to ensure that an institution's communication needs, both domestic and international, are fully accounted for and addressed in all program and policy activities.

Collaboration among policy advisers, program managers, analysts, researchers, marketing specialists and communications staff ensures that public needs and concerns are routinely identified and addressed in the planning, management and evaluation of policies, programs, services and initiatives. It also ensures that the communication goals and priorities of the government are consistently and coherently reflected in programs and services.

Collaboration between specialists in human resources and communications staff ensure that an institution's internal communication requirements are met. Collaboration among information technologists,

Web masters, call-centre operators, graphic artists and communications staff ensures that proposed activities or methods of communication are technically feasible and practical.

Librarians assist institutions in providing public access to information and in organizing and retaining published materials in all formats according to internationally accepted standards. Librarians play an active role in every phase of the information life cycle, from assistance to authors and editors, to publication management and dissemination, ensuring current and long-term access to government information, and preserving the nation's published heritage.

Co-operation with access to information and privacy (ATIP) co-ordinators or advisers is also required. Such personnel ensure that the appropriate institutional officials are informed in a timely manner of information that is being disclosed to the public. Communications staff assist ATIP co-ordinators as needed to ensure that requests under the *Access to Information Act* are promptly and fully addressed in accordance with the legislation.

8 Communication Canada

Communication Canada is mandated to improve communications between the Government of Canada and Canadians. While individual institutions focus their communications on specific areas of activity, Communication Canada approaches communicating with citizens as a corporate matter concerning the government as a whole. It assists institutions and the government in monitoring the public environment and in responding to citizen needs for information on the government's overall direction, priorities and broad range of policies, programs, services and initiatives.

Communication Canada helps to develop and improve government communications in the various regions of Canada. It assists in the co-ordination of regional communication activities, working collaboratively with regional communications managers and the communications committees of the regional councils of senior federal officials in the provinces and territories.

As a common service agency, Communication Canada provides institutions with a number of mandatory and optional communication services to ensure overall consistency with government policies and priorities.

It serves as the central co-ordinating authority for public opinion research, electronic media monitoring, government publishing, and participating in fairs and exhibitions. It also supports the Government Advertising Committee, chaired by the Privy Council Office, and is responsible for issuing project registration numbers permitting institutions to contract advertising services through Public Works and Government Services Canada.

Representing the Queen's Printer for Canada, Communication Canada is responsible for the administration of Crown copyright and for the management of priced publications throughout the Government of Canada.

In accordance with the *Statutory Instruments Act and Regulations*, the Queen's Printer is also responsible for publishing the *Canada Gazette*, the official newspaper of the Government of Canada. Communication Canada provides a common service co-ordination role to government institutions required by statute to publish in Part I of the *Canada Gazette*.

Communication Canada also maintains the Government of Canada's central publishing database and acts as a central warehouse and distribution channel for the priced publications of government institutions. It manages the *Depository Services Program* as well.

Facilitating public access to government information and electronic services, Communication Canada manages 1 800 O-Canada and the government's primary site on the Internet—the Canada Site portal. It also manages Publiservice, the government's intranet site for Public Service managers and employees.

Communication Canada works co-operatively with institutions to advance the government's corporate and regional communication goals. Its activities are co-ordinated with those of the Privy Council Office and Treasury Board of Canada Secretariat to help ensure that general administrative policy and Cabinet direction are followed by all government institutions.

9 Public Works and Government Services Canada

Public Works and Government Services Canada (PWGSC) operates as a common service agency for the Government of Canada. It provides institutions with various mandatory and optional services to ensure that government communications are well integrated and cost effective pursuant to Treasury Board policies.

PWGSC ensures the integrity of the government contracting process for publishing, advertising, public opinion research and media monitoring services, for film, video and multimedia productions, and for fairs and exhibitions. PWGSC co-ordinates contracting services with institutions to ensure consistent and efficient delivery of government communications.

To ensure sound financial management and the consistent application of Treasury Board policies and directives, PWGSC provides to the Treasury Board of Canada Secretariat, as required, information and advice on the allocation of expenditures in contracts for communication services.

10 National Library of Canada

The National Library of Canada helps to ensure that information published by institutions is available and accessible to decision-makers and the public both in the immediate and long-term. It works with institutions to preserve the nation's published heritage.

Under the *National Library Act*, institutions are required to deposit all newly published material in various formats with the National Library. By managing the redistribution of library materials

institutions have declared surplus, the Library helps to preserve access to published information for current and future generations.

Responsible for co-ordinating government library services, the National Library also has audit and evaluation responsibilities with respect to the materials institutions publish. It monitors whether published material in all formats is deposited with an institution's internal library as well as with the National Library. It also monitors the management of an institution's published material, and reports and advises on its long-term access and preservation in all formats.

11 Public Service Commission of Canada

The Public Service Commission of Canada is responsible for the development and application of standards for the recruitment, selection and evaluation of qualified personnel to meet the requirements of the communications function. It advises institutions on the identification and assessment of employment qualifications, including language skills, to ensure that competent communications staff are hired and promoted at all levels of the Public Service, including the executive group.

Monitoring

The Treasury Board of Canada Secretariat (TBS) will monitor and evaluate implementation of this policy throughout the Government of Canada. Evaluations will be conducted by TBS to assess the effectiveness of institutions in meeting the policy requirements and to assess the effectiveness of the policy in helping the government to meet its objectives.

Evaluation findings will contribute to a formal review of this policy to take place within five years of its effective date. Evaluations of communications management by institutions will also inform the policy review and provide input to the development of best practices in this area. In monitoring and assessing the effectiveness of communications

management practices, TBS and institutions will conform to the Treasury Board's *Policy on Active Monitoring, Evaluation Policy and Internal Audit Policy*.

TBS will monitor compliance with all aspects of this policy in a variety of ways that can include media and parliamentary scanning; tracking information requests and correspondence; Web site navigation and examining communication plans, strategies, reviews, audits, evaluations and related documents (as shown in Table 1 page 49). Investigative reports and special studies by the Office of the Commissioner of Official Languages, the Office of the Privacy Commissioner and the Office of the Information Commissioner may also be reviewed.

The Privy Council Office will monitor the implementation of Cabinet direction on communications by reviewing communication plans and through ongoing liaison with institutions.

Procedures

As stated in the Policy Requirements, institutions must co-ordinate certain communication activities with Communication Canada (CC) or with Public Works and Government Services Canada (PWGSC). To ensure efficient co-ordination, institutions must follow all administrative procedures established for these activities, listed in Table 2 on page 50.

The Secretary of the Treasury Board issues mandatory administrative procedures supporting the policy requirements. Such procedures are developed with the support and advice of CC and PWGSC, which co-ordinate their administration with institutions, as well as through consultations with the Privy Council Office.

Copies of all relevant procedures institutions must follow under this policy are available through the responsible centre(s) shown on Table 2.

Table 1

Policy Requirement	Monitored Plans and Activities
8(a)	Public opinion research plans and reports.
10	Plans and strategies for communicating risk.
11	Plans and strategies for crisis and emergency communications.
13	Corporate communication plan, periodic reviews and updates.
13(c)–(m)	Communication plans and strategies for policies, programs, services and initiatives. Audit and evaluation plans and reports.
14	Communication plans in Memoranda to Cabinet and Treasury Board submissions.
19	Media plans and strategies
21	Plans for public events and announcements.
22	Exposition plans for fairs and exhibitions.
23(b) and (f)–(h)	Advertising plans, pre-testing and evaluations.
24	Plans and agreements for partnering and collaborative arrangements.
24(f)	Audit and evaluation reports for collaborative arrangements.
25	Sponsorship plans and agreements, audit and evaluation reports.
26	Marketing plans and strategies.
27(e)	Publishing plans for priced publications.
31(b)	Communication training plans for managers and employees.

Table 2

Policy Requirement	Activity	Responsible Centre
1(k)	Registering with 1 800 O-Canada and the Canada Site.	CC
7	Accessing the electronic media monitoring service.	CC
8(a),(b),(c) 23(g)	Planning and contracting public opinion research.	CC/PWGSC
18(d)	Connecting to the Government of Canada Internet (Canada Site) and Intranet (Publiservice) portals.	CC
22	Participating in fairs and exhibitions.	CC
23(a)–(h)	Planning, contracting and evaluating advertising.	CC/PWGSC
27(b),(c)	Registering publications with the <i>Depository Services Program</i> and central publishing database.	CC
27(d)	Publishing notices in the <i>Canada Gazette</i> .	CC
27(e),(f)	Planning and producing publications for sale.	CC
28	Administration and licensing of Crown copyright.	CC
29	Contracting film, video and multimedia productions.	PWGSC

Guidelines

The Secretary of the Treasury Board issues guidelines from time to time to assist institutions in applying this policy and in adopting best practices in various areas of government communications. Institutions must familiarize themselves with these guidelines, which are published as annexes to this policy (see page 61 for a complete listing).

References

1 Legislation

This policy must be read and applied in accordance with the laws of Canada. Legislation of particular importance to government communications includes the:

Access to Information Act

Canadian Charter of Rights and Freedoms

Canadian Multiculturalism Act

Copyright Act

Emergency Preparedness Act

Financial Administration Act

National Archives Act

National Library Act

Official Languages Act and Regulations

Personal Information Protection and Electronic Documents Act

Privacy Act

Publication of Statutes Act

Statutory Instruments Act and Regulations

Trade-marks Act

Treasury Board policies, guidelines and procedures derived from these statutory provisions set out requirements with respect to communications.

2 Related Policies

This policy must be read and applied in conjunction with the following administrative policies of the Government of Canada issued by the Treasury Board:

Access to Information Policy

Common Look and Feel for the Internet: Standards and Guidelines

Common Services Policy

Contracting Policy

Evaluation Policy

Federal Identity Program

Integrated Risk Management Framework

Internal Audit Policy

Management of Government Information Holdings Policy

Management of Information Technology Policy

Official Language Policies

Policy on Active Monitoring

Policy on Alternative Service Delivery

Policy on the Use of Electronic Networks

Policy on Title to Intellectual Property Arising under Crown

Procurement Contracts

Policy on Using the Official Languages on Electronic Networks

Privacy and Data Protection Policy

Security Policy of the Government of Canada

Inquiries

Institutions must direct any questions about this policy to their respective heads of communications, who in turn may contact the Treasury Board of Canada Secretariat regarding its application and interpretation.

Appendix A: Definitions

Guidelines (*Lignes directrices*)—information, usually in the form of best practices, intended to help institutions carry out government policy efficiently and effectively. Guidelines are not mandatory with respect to the policy they support.

Institutions (*Institutions*)—includes, for the purpose of this policy, all departments, agencies, boards, councils, commissions and other bodies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*.

Policy (*Politique*)—provides authoritative direction to government institutions on a given subject and determines the discretion for making decisions regarding that subject.

Policy requirements (*Exigences de la politique*)—the specific actions that institutions must take to achieve the Policy Objective and to promote the fundamental principles outlined in the Policy Statement.

Procedures (*Procédures*)—support a policy by describing routine operations that institutions must carry out.

Appendix B: The Communications Function

Communications are central to the work and management of the Government of Canada. As a function of good management, open and proactive communication ensures that the public receives government information, and that the views and concerns of the public are taken into account in the planning, management and evaluation of policies, programs, services and initiatives.

Government communications represent a vital public service that involves both providing information and listening to the public. To develop policies, programs and services that meet the needs of a diverse public, the government must understand the environment within which it operates and respond to the concerns of the public in relevant and useful ways. This includes communicating in the official language of a person's choice, and producing information in multiple formats to accommodate diverse needs.

Communications entail more than simply providing or receiving information. The manner in which information is exchanged is also important. The quality and timeliness of the transaction has an impact on the value of the information and the credibility of its source.

Communications within the Government of Canada is a shared responsibility involving officials and employees at all levels. Effective policy and program development and administration requires co-operation and co-ordination throughout the government: among ministers, senior officials, policy advisers, analysts, program managers, communications staff, specialists in human resources, information technologists, Web masters, graphic artists, researchers, marketing specialists, access to information and privacy co-ordinators, librarians, receptionists, call-centre staff and others.

Co-operation and co-ordination between institutions are also necessary to better serve and inform the public. It ensures that government themes and priorities are clearly and consistently reflected in the information and messages communicated to Canadians at home and abroad.

In budgeting for and delivering communication services, it is essential that all elements of the communications function be properly resourced. Sufficient resources must be allocated to all local, regional, national and international operations to ensure the requirements of the *Communications Policy of the Government of Canada* are fulfilled.

The communications function, under the stewardship of heads of communications in all institutions of the Government of Canada, includes the following:

Effective and Accountable Management

- providing leadership, support and advice to ensure that communications are integrated in all phases of policy and program planning, development, implementation, marketing and management;
- applying the principles and practices of good management to the co-ordination of research, analysis, advice and planning, and to the organization and implementation of communication programs and activities;
- preparing and implementing communication plans and strategies—including analyzes of the internal and external environments—in support of policies, programs, services and initiatives;
- assessing performance and evaluating results, learning, and adjusting processes and activities to enhance effectiveness;
- providing effective resource and expenditure management;
- ensuring appropriate accountability and reporting mechanisms to Parliament and central agencies for the administration of all communication activities;
- ensuring the inclusion of communication plans, and the identification of dedicated resources, in memoranda to Cabinet and in Treasury Board submissions;

- co-ordinating activities with ministers' offices to advance the communication goals and priorities of the government;
- providing communications support and advice to ministers and senior officials on (non-partisan) government matters, including the preparation of speeches, news releases, briefing notes, presentations, memoranda and correspondence;
- collaborating with other Government of Canada institutions to promote common communication objectives;
- providing advice and support in the establishment and management of collaborative arrangements and sponsorships;
- integrating corporate communication planning with annual business planning and budgeting cycles;
- ensuring coherence and consistency of communications across all channels—telephone, in-person, mail, publications, Web sites, and so forth;
- integrating all communication activities, including Internet applications, marketing, advertising, public opinion research and media relations to promote consistent and well co-ordinated communications with the public;
- advising on and assisting in the development of internal communication strategies and activities that recognize and support the role all employees have in communicating with the public;
- supporting an open, co-operative and consultative culture throughout the workplace, which includes being open to the views and concerns of employee unions, representatives and associations regarding workplace issues;
- advising on information management to ensure effective use of information technologies and electronic communications;

- advising on and assisting in risk communication; and
- advising on and assisting in crisis and emergency communications.

Values and Ethics

- informing the public about policies, programs, services and initiatives in an accountable, non-partisan fashion consistent with the principles of Canadian parliamentary democracy and ministerial responsibility;
- communicating in a manner that affirms Canadian values of freedom, openness, security, caring and respect;
- ensuring that public trust and confidence in the impartiality and integrity of the Public Service of Canada are upheld;
- honouring the value and reputation of the government and public institutions in all communication activities;
- working collaboratively with institutions to serve the public interest;
- providing useful, timely, accurate, clear, objective and complete information to the public in both official languages;
- respecting privacy rights, security needs and matters before the courts; and
- avoiding conflicts of interest and the appearance or public perception of endorsing, or providing a marketing subsidy or an unfair competitive advantage to, any person, organization or entity outside of government.

Listening and Evaluating

- researching and analyzing public issues and the public environment to help identify and assess the wants, needs and views of Canadians with respect to existing or proposed policies, programs, services and initiatives;

- maintaining open communications with the public and developing proactive strategies for assessing and addressing public concerns;
- learning about the views, priorities, needs and expectations of Canadians through various means, including inquiry analysis, citizen feedback, media coverage and opinion research;
- advising on and assisting in public consultations and citizen engagement;
- planning, conducting or contracting and analyzing public opinion research;
- providing, co-ordinating or contracting media monitoring services;
- evaluating communication programs and activities against planned objectives and professional standards, and making adjustments or improvements as needed; and
- monitoring and evaluating the degree to which management practices comply with the requirements of this policy.

Meeting Diverse Needs

- preparing, producing and disseminating information using all forms of media and graphic arts, including electronic publishing;
- advocating on behalf of those who will or should receive information to ensure its clarity and utility for the end user;
- communicating in English and French—complying with official language requirements in all communications;
- communicating with the public and providing information services through the Internet and other electronic media while ensuring more traditional or alternative forms of communication are available to meet the needs of all Canadians;
- recognizing the special needs of many Canadians, including literacy levels and perceptual or physical challenges, and designing and delivering communication tools to respond to those needs; and

- recognizing the diverse nature of Canadian society and ensuring that communications are fair, balanced and representative.

Outreach

- applying marketing, citizen engagement and consultation techniques to foster citizen feedback or to enhance public access to, awareness and use of government policies, programs, services and initiatives;
- planning, co-ordinating and implementing regional, national and international activities that integrate major objectives of the government, ministers and institutions;
- planning, co-ordinating, implementing and evaluating advertising, publishing and public awareness programs and campaigns;
- building and maintaining communication partnerships with various sectors of society to help meet the diverse information needs of Canadians and to achieve government objectives;
- building and maintaining effective relations with journalists and other communicators; and
- planning, co-ordinating and promoting the government's participation in public events, including fairs and exhibitions.

Corporate Identity and Visibility

- enabling the public to recognize clearly the activities of the Government of Canada and its institutions by means of consistent identification;
- applying the requirements of the *Federal Identity Program* in all presentations, and promoting a common look in all communication activities, to ensure accountability and public recognition of the Government of Canada;
- ensuring appropriate use of the official symbols and signatures of the Government of Canada in all media applications, as prescribed by the *Federal Identity Program*;

- ensuring effective management of an institution's identity consistent with government-wide priorities;
- promoting sound management practices related to information design and identification;
- ensuring appropriate identification of government participation in public events, including fairs and exhibitions;
- ensuring appropriate identification of government participation in sponsorships and collaborative arrangements; and
- reflecting key government themes and messages in information and communication materials so that overarching goals and the government's priorities for the country are consistently identified and communicated to the public and among employees.

Annex: Guidelines

Best practice guidelines in various areas of communications management will be developed over time and published as annexes to the *Communications Policy of the Government of Canada*.

The Treasury Board of Canada Secretariat will notify institutions as each set of guidelines becomes available.

Listed below are 17 subject areas for which guidelines are planned:

Advertising

Crisis and Emergency Communication

Environment Analysis

Evaluation

Events and Announcements

Fairs and Exhibitions

Internal Communication

Internet and Electronic Communication

Marketing

Media Relations

Multiple Formats

Partnering, Collaborative Arrangements and Sponsorships

Plain Language

Planning, Management and Co-ordination

Publishing

Regional Communications

Risk Communication

Annexe : Lignes directrices

Des lignes directrices mettant en lumière les pratiques exemplaires dans divers domaines de la gestion des communications seront élaborées au fil du temps et publiées sous forme d'annexes à la *Politique de communication du gouvernement du Canada*.

Le Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada informera les institutions au fur et à mesure que les lignes directrices deviennent disponibles.

Les lignes directrices prévues porteront sur les 17 domaines suivants :

Analyse de l'environnement
Communications en cas de crise et d'urgence
Communications en cas de risque
Communications internes
Communications régionales
Édition
Évaluation
Événements et annonces
Foires et expositions
Internet et communications électroniques
Langage clair
Marketing
Partenariats, accords de collaboration et initiatives de commandite
Planification, gestion et coordination
Publicité
Relations avec les médias
Supports multiples

Image de marque et visibilité

- l'utilisation de moyens cohérents d'identification pour permettre au public de reconnaître clairement les activités du gouvernement du Canada et de ses institutions;
- le respect des exigences du *Programme de coordination de l'image de marque* dans toutes les présentations et la promotion d'une image homogène pour l'ensemble des activités de communication afin de garantir l'obligation de rendre compte du gouvernement du Canada et la reconnaissance de ce dernier par le public;
- l'utilisation adéquate des signatures et des symboles officiels du gouvernement du Canada dans toutes les applications média conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*;
- la gestion efficace de l'image de marque d'une institution conformément aux priorités établies à l'échelle du gouvernement;
- la promotion de saines pratiques de gestion concernant la conception et l'identification de l'information;
- l'identification adéquate de la participation du gouvernement aux événements publics, y compris aux foires et aux expositions;
- l'identification adéquate de la participation du gouvernement aux initiatives de commandite et aux accords de collaboration;
- l'expression des principaux thèmes et messages du gouvernement dans le matériel d'information et de communication, de manière que les buts déterminants et la vision du gouvernement pour le pays soient systématiquement identifiés et communiqués au public et aux employés.

- la prise en compte de la nature diversifiée de la société canadienne et la garantie que toutes les communications sont justes, équilibrées et représentatives;

Rayonnement

- le recours au marketing, à la participation des citoyens et aux techniques de consultation pour obtenir les réactions des citoyens ou pour améliorer l'accès et la sensibilisation du public aux politiques, programmes, services et initiatives du gouvernement, et leur utilisation;

- la planification, la coordination et la mise en œuvre d'activités régionales, nationales et internationales de manière à intégrer les grands objectifs du gouvernement, des ministères et des institutions; la planification, la coordination, la mise en œuvre et l'évaluation de programmes et de campagnes de publicité, d'édition et de sensibilisation du public;

- l'établissement et le maintien de partenariats dans le domaine des communications avec divers secteurs de la société pour répondre aux différents besoins d'information des Canadiens et pour atteindre les objectifs du gouvernement;

- l'établissement et l'entretien de relations efficaces avec les journalistes et autres communicateurs;

- la planification, la coordination et la promotion de la participation du gouvernement aux événements publics, y compris aux foires et expositions;

- la planification et la conduite de recherches sur l'opinion publique ou la passation de marchés à cette fin, et l'analyse des résultats de ces recherches;
- la prestation et la coordination des services de surveillance des reportages des médias, ou la passation de marchés à cette fin;
- l'évaluation des programmes et activités de communication par rapport aux objectifs visés et aux normes professionnelles établies, et l'apport de modifications ou d'améliorations selon le besoin;
- la surveillance et l'évaluation de la mesure dans laquelle les pratiques de gestion se conforment aux exigences de cette politique;

Répondre à divers besoins

- la préparation, la production et la diffusion de renseignements au moyen des différents supports et en ayant recours aux divers arts graphiques, y compris l'édition;
- la défense des intérêts des personnes qui recevront ou devraient recevoir l'information, de manière à en garantir la clarté et l'utilité pour l'utilisateur final;
- la communication en français et en anglais – le respect des exigences sur les langues officielles dans toutes les communications;
- la communication avec le public et la prestation de services d'information au moyen d'Internet et d'autres médias électroniques tout en continuant d'offrir des moyens de communication conventionnels ou autres pour répondre aux besoins de tous les Canadiens;
- la prise en compte des besoins spéciaux de bon nombre de Canadiens, y compris des capacités de lecture et d'écriture, et des habiletés perçues ou physiques, par la conception et la fourniture d'outils de communication adaptés à leurs besoins;

- le respect de la valeur et de la réputation des institutions publiques dans toutes les activités de communication;
 - la collaboration avec les institutions afin de servir l'intérêt du public; la diffusion au public de renseignements utiles, opportuns, exacts, clairs, objectifs et complets dans les deux langues officielles;
 - le respect des droits à la protection des renseignements personnels, des besoins en matière de sécurité et des dossiers instruits par les tribunaux;
 - le souci d'éviter les conflits d'intérêts et d'éviter de donner l'impression, y compris au public, d'accorder un appui, une subvention aux fins de marketing ou un avantage concurrentiel injuste à une personne, une organisation ou une entité à l'extérieur du gouvernement;
- Écouter et évaluer**
- les recherches et l'analyse de questions d'intérêt public et de l'environnement public afin de déterminer et d'évaluer les désirs, les besoins et les opinions des Canadiens en ce qui concerne les politiques, initiatives, programmes et services existants ou proposés;
 - la communication ouverte avec le public et l'élaboration de stratégies proactives permettant d'évaluer les préoccupations du public et d'y donner suite;
 - l'obtention de renseignements sur les opinions, les priorités, les besoins et les attentes des Canadiens en ayant recours à divers moyens, y compris l'analyse des demandes de renseignements, la rétroaction des citoyens, la surveillance des reportages des médias et la recherche sur l'opinion;
 - les conseils portant sur les consultations publiques et la participation des citoyens, et l'aide fournie à cet égard;

- l'intégration de toutes les activités de communication, y compris les applications Internet, le marketing, la publicité, la recherche sur l'opinion publique et les relations avec les médias, de manière à favoriser des communications avec le public qui sont cohérentes et bien coordonnées;

- les conseils portant sur l'élaboration de stratégies et activités de communication interne qui reconnaissent et appuient le rôle de tous les employés dans les communications avec le public;
- appuyer une culture organisationnelle favorisant l'ouverture, la coopération et la consultation, ce qui inclut être ouvert aux opinions et préoccupations des syndicats, des représentants et des associations du personnel en ce qui concerne les questions liées au milieu de travail;

- les conseils portant sur la gestion de l'information pour assurer l'utilisation efficace des technologies de l'information et des communications électroniques;
- les conseils portant sur les communications en cas de risque, et l'aide fournie à cet égard;
- les conseils portant sur les communications en cas de crise et d'urgence, et l'aide fournie à cet égard;

Valeurs et éthique

- l'information sur les politiques, les programmes, les services et les initiatives fournies au public de manière responsable et objective, et conformément aux principes de la démocratie parlementaire canadienne et de la responsabilité ministérielle;
- des méthodes de communication qui affirment les valeurs de la population canadienne comme la liberté, l'ouverture, la sécurité, la compassion et le respect;
- le maintien de la confiance du public en l'intégrité et en l'impartialité de la fonction publique du Canada;

- la gestion efficace des ressources et des dépenses;
- l'utilisation des mécanismes pertinents de responsabilisation et d'établissement de rapports destinés au Parlement et aux organismes centraux aux fins de l'administration de toutes les activités de communication;
- l'inclusion des plans de communication et l'indication des ressources réservées dans les mémoires au Cabinet et dans les présentations au Conseil du Trésor;
- la coordination des activités avec le personnel des cabinets des ministres pour promouvoir les buts et les priorités du gouvernement en matière de communication;
- Les conseils et le soutien en matière de communication offerts aux ministres et aux hauts fonctionnaires au sujet des questions gouvernementales (non partisans), y compris la rédaction de discours, de communiqués, de notes d'information, de présentations, de notes de service et de correspondance;
- la collaboration avec les autres institutions du gouvernement du Canada en vue de promouvoir des objectifs de communication communs;
- les conseils portant sur l'établissement et la gestion d'accords de collaboration et d'initiatives de commandite, et l'aide fournie à cet égard;
- l'intégration du plan global de communication aux cycles annuels de planification des activités et d'établissement du budget;
- le respect de la cohérence et de l'uniformité des communications quel que soit le moyen utilisé – téléphone, en personne, poste, publications, sites Web et autres;

La collaboration entre les institutions et la coordination de leurs activités sont également nécessaires pour mieux servir et informer le public. Cela permet de garantir que les renseignements et les messages communiqués aux Canadiens, au pays et à l'étranger, expriment les buts et les thèmes du gouvernement, avec clarté et cohérence.

Au moment d'établir le budget des services de communication et d'assurer ces services, il est essentiel d'affecter des ressources suffisantes à tous les éléments de la fonction de communication. Des ressources suffisantes doivent être affectées aux activités locales, régionales, nationales et internationales pour satisfaire à toutes les exigences de la

Politique de communication du gouvernement du Canada.

La fonction de communication, sous la gérance des chefs des communications de toutes les institutions du gouvernement du Canada, comprend les éléments suivants :

Gestion efficace et responsable

- le leadership, le soutien et les conseils nécessaires à l'intégration des communications à toutes les étapes de la planification, de l'élaboration, de la mise en œuvre, du marketing et de la gestion des politiques et des programmes;

- l'application des principes et pratiques de saine gestion aux fins de la coordination de la recherche, de l'analyse, des conseils et de la planification, ainsi qu'à l'organisation et à la mise en œuvre de programmes et d'activités de communication;

- la préparation et la mise en œuvre de plans et de stratégies de communication, qui comprennent des analyses de l'environnement interne et externe, à l'appui des politiques, programmes, services et initiatives;

- l'évaluation du rendement et des résultats, l'apprentissage et la modification des processus et des activités de manière à accroître l'efficacité;

Appendice B : La fonction de communication

Les communications sont essentielles aux activités et à la gestion du gouvernement du Canada. Dans le cadre d'une saine gestion, les communications ouvertes et proactives font en sorte que le public reçoive les renseignements gouvernementaux et qu'il soit tenu compte de leurs préoccupations et intérêts dans la planification, la gestion et l'évaluation des politiques, programmes, services et initiatives.

Les communications gouvernementales constituent un service public essentiel qui consiste à renseigner et à écouter le public. Pour élaborer des politiques, des programmes et des services qui répondent aux besoins d'un public diversifié, le gouvernement doit comprendre l'environnement dans lequel il fonctionne et donner suite aux préoccupations du public d'une manière pertinente et utile. À cette fin, il doit, entre autres, communiquer avec le public dans la langue officielle de son choix et produire l'information sur divers supports de manière à répondre aux différents besoins.

La fonction de communication ne consiste pas simplement à transmettre ou à recevoir des renseignements. La façon dont l'information est échangée est également importante. L'utilité des renseignements et la crédibilité de leur source dépendent de la qualité et du caractère opportun de l'échange.

Au gouvernement du Canada, les communications constituent une responsabilité partagée par les cadres supérieurs et les employés à tous les niveaux. La collaboration des ministres, de la haute direction, des conseillers en politiques, des analystes, des gestionnaires de programmes, du personnel des communications, des spécialistes des ressources humaines, des technologues de l'information, des webmestres, des graphistes, des chercheurs, des spécialistes du marketing, des coordonnateurs de l'accès à l'information et de la protection des renseignements personnels, des bibliothécaires, des réceptionnistes, du personnel des centres d'appels et d'autres employés du gouvernement, et la coordination de leurs activités sont nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre efficaces des politiques et des programmes.

Appendice A : Définitions

Exigences de la politique (*Policy requirements*) – mesures particulières que les institutions doivent prendre pour atteindre l'objectif de la politique et pour promouvoir les principes fondamentaux exposés dans l'énoncé de la politique.

Institutions (*Institutions*) – dans la présente politique, tous les ministères, organismes, offices, conseils, commissions et autres organismes mentionnés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Lignes directrices (*Guidelines*) – renseignements, généralement sous forme de pratiques exemplaires, destinés à aider les institutions à appliquer les politiques gouvernementales avec efficacité et efficience. Il n'est pas obligatoire de se conformer aux lignes directrices élaborées aux fins de l'application d'une politique donnée.

Politique (*Policy*) – fournit des directives officielles aux institutions gouvernementales sur une question donnée et précise les attributions à cet égard.

Procédures (*Procedures*) – appuient une politique en décrivant les activités courantes que les institutions doivent mener.

2 Politiques connexes

Au moment de lire et d'appliquer la présente politique, il faut se reporter aux politiques connexes ci-après du gouvernement du Canada, lesquelles sont publiées par le Conseil du Trésor :

Cadre intégré de la gestion des risques
Politique concernant l'utilisation des langues officielles
sur les réseaux informatiques
Politique d'évaluation
Politique de vérification interne
Politique sur l'accès à l'information
Politique sur la gestion des renseignements détenus par le gouvernement
Politique sur la gestion des technologies de l'information
Politique sur la protection des renseignements personnels et des données
Politique sur la sécurité du gouvernement du Canada
Politique sur la surveillance active
Politique sur l'utilisation des réseaux électroniques
Politique sur le titre de propriété intellectuelle décollant
des marchés d'acquisition de l'État
Politique sur les différents modes de prestation des services
Politiques sur les langues officielles
Politique sur les marchés
Politique sur les services communs
Programme de coordination de l'image de marque
L'uniformité de la présentation et de l'exploitation pour l'Internet :
Normes et directives

Demandes de renseignements

Les institutions doivent achever toute demande de renseignements concernant la présente politique à leur chef des communications, lequel peut communiquer avec le Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada concernant l'application et l'interprétation de la présente politique.

1 Législation

La présente politique doit être consultée et appliquée conformément aux lois du Canada. Les lois d'une importance particulière du point de vue des communications gouvernementales comprennent les suivantes :

Charte canadienne des droits et libertés
Loi sur l'accès à l'information
Loi sur la Bibliothèque nationale
Loi sur la gestion des finances publiques.
Loi sur la protection civile
Loi sur la protection des renseignements personnels
Loi sur la protection des renseignements personnels
et les documents électroniques
Loi sur la publication des lois
Loi sur le droit d'auteur
Loi sur le multiculturalisme canadien
Loi sur les archives nationales
Loi sur les langues officielles et son règlement d'exécution
Loi sur les marques de commerce
Loi sur les textes réglementaires et son règlement d'exécution

Les politiques, lignes directrices et procédures du Conseil du Trésor qui découlent de ces dispositions législatives établissent les exigences de communication.

Tableau 2

Exigence de la politique		Activité	Centre de responsabilité
1k)	7	Inscription au service 1 800 O-Canada et au Site du Canada.	CC
		Accès au service de surveillance électronique des reportages des médias.	CC
8a),b),c) et 23g)		Planification et attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique	CC/TPSGC
		Branchement aux portails Internet Site du Canada) et Intranet (Publiservice) du gouvernement du Canada.	CC
22		Participation aux foires et aux expositions.	CC
23a) à h)		Planification de la publicité, attribution de marchés de services et évaluation.	CC/TPSGC
		Inscription des publications au <i>Programme des services de dépôt</i> et dans la base de données centrale des publications.	CC
27d)		Publication des avis dans la <i>Gazette du Canada</i> .	CC
27e), f)		Planification et production des publications destinées à la vente.	CC
28		Gestion du droit d'auteur de la Couronne et concession de licences.	CC
29		Attribution de marchés de services pour des produits cinématographiques, vidéo et multimédias.	TPSGC

Tableau 1

Exigence de la politique		Plans et activités vérifiées
8a)	Plans et rapports de recherche sur l'opinion publique.	
10	Plans et stratégies de communication en cas de risque.	
11	Plans et stratégies de communication en cas de crise et d'urgence.	
13	Plan global de communication, examens périodiques et mises à jour.	
13c) à m)	Plans et stratégies de communication se rapportant aux politiques, programmes, services et initiatives.	Plans et rapports de vérification et d'évaluation.
14	Plans de communication dans les mémoires au Cabinet et les présentations au Conseil du Trésor.	
19	Plans et stratégies médias.	
21	Plans pour les événements publics et annonces.	
22	Plans d'exposition pour les foires et expositions.	
23b) et f) à h)	Plans, mises à l'essai et évaluations de publicité.	
24	Plans et ententes régissant les partenariats et les accords de collaboration.	
24f)	Rapports de vérification et d'évaluation des accords de collaboration.	
25	Plans et ententes en matière d'initiatives de commandite, vérification et rapports d'évaluation.	
26	Plans et stratégies de marketing.	
27e)	Plans d'édition des publications destinées à la vente.	
31b)	Plans de formation en communication à l'intention des gestionnaires et des employés.	

Procédures

Tel qu'il est indiqué dans les *exigences de la politique*, les institutions doivent coordonner certaines activités de communication avec Communication Canada (CC) ou avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Pour garantir une coordination efficace, les institutions doivent suivre toutes les procédures administratives établies pour ces activités et énumérées dans le tableau 2 (page 58).

Le secrétaire du Conseil du Trésor publie des procédures administratives obligatoires concernant les exigences de la politique. Ces procédures sont élaborées avec l'appui et selon les conseils de CC et de TPSGC, qui coordonnent leur administration avec les institutions, et en consultation avec le Bureau du Conseil privé. Les institutions peuvent se procurer des exemplaires de toutes les procédures qu'elles doivent suivre aux termes de la présente politique, auprès des centres de responsabilité énumérés au Tableau 2.

Lignes directrices

Le secrétaire du Conseil du Trésor émet de temps à autre des lignes directrices pour aider les institutions à appliquer la présente politique et à adopter des pratiques exemplaires dans divers domaines des communications gouvernementales. Les institutions sont tenues de se familiariser avec ces lignes directrices qui sont annexées à la présente politique. (Voir la liste complète à la page 69.)

Surveillance

Le Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada (SCT) vérifiera et évaluera la mise en œuvre de cette politique à l'échelle du gouvernement du Canada. Ses évaluations lui permettront de déterminer dans quelle mesure les institutions se conforment aux exigences de la politique et de vérifier si la politique aide le gouvernement à atteindre ses objectifs.

Les résultats des évaluations serviront à réaliser un examen officiel de la politique dans les cinq ans suivant son entrée en vigueur. Les évaluations de la gestion des communications effectuées par les institutions serviront aussi à étayer l'examen de la politique et à élaborer des pratiques exemplaires dans ce domaine. Lorsqu'ils procéderont à la surveillance et à l'évaluation de l'efficacité des pratiques utilisées en gestion des communications, le SCT et les institutions se conformeront à la *Politique sur la surveillance active*, à la *Politique d'évaluation* et à la *Politique de vérification interne* du Conseil du Trésor.

Pour surveiller que les institutions se conforment à tous les aspects de cette politique, le SCT pourra avoir recours à différents moyens, entre autres, l'analyse des reportages des médias et des débats parlementaires; le suivi des demandes de renseignements et de la correspondance; la navigation sur les sites Web; l'analyse des plans et des stratégies de communication, des examens, des vérifications, des évaluations et d'autres documents connexes, tel qu'indiqué au tableau 1 (page 57). Il pourra aussi étudier les rapports d'enquête et les études spéciales du Commissariat aux langues officielles, du Commissariat à l'information et du Commissariat à la protection de la vie privée.

Le Bureau du Conseil privé surveillera l'exécution des directives du Cabinet sur les communications en examinant les plans de communication et en assurant une liaison suivie avec les institutions.

Aux termes de la *Loi sur la Bibliothèque nationale*, les institutions sont tenues de déposer tous les nouveaux documents publiés sur divers supports auprès de la Bibliothèque nationale. En gérant la redistribution des documents de bibliothèque déclarés excédentaires par les institutions, la Bibliothèque aide à préserver l'accès à l'information publiée aux générations actuelles et futures.

La Bibliothèque nationale est chargée de coordonner les services de bibliothèque du gouvernement et de procéder à des vérifications et des évaluations des documents publiés par les institutions. Elle s'assure que les documents publiés, sur tous les supports, sont déposés à la bibliothèque interne d'une institution ainsi qu'à la Bibliothèque nationale. En outre, elle surveille la gestion des documents publiés d'une institution, donne des conseils relativement à l'accès à ces documents à long terme et à leur conservation sur tous les supports, et fait rapport à ce sujet.

II Commission de la fonction publique du Canada

La Commission de la fonction publique du Canada est responsable de l'élaboration et de l'application de normes de recrutement, de sélection et d'évaluation du personnel qualifié pour répondre aux besoins de la fonction de communication. Elle conseille les institutions sur la détermination et l'évaluation des compétences professionnelles, y compris les compétences linguistiques, de manière à assurer l'embauche et la promotion de personnel des communications compétent à tous les échelons de la fonction publique, y compris au groupe de la direction.

Communication Canada collabore avec les institutions pour favoriser l'atteinte des objectifs de communication globaux et régionaux du gouvernement. Il coordonne ses activités avec celles du Bureau du Conseil privé et du Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada pour aider à s'assurer que les politiques administratives et les directives du Cabinet sont suivies par toutes les institutions gouvernementales.

9 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) est un organisme de services communs du gouvernement du Canada. Il fournit aux institutions divers services obligatoires et facultatifs pour faire en sorte que les communications gouvernementales soient bien intégrées et présentent un bon rapport coût-efficacité, conformément aux politiques du Conseil du Trésor.

TPSGC assure l'intégrité du processus de passation des marchés de l'État pour les services d'édition, de publicité, de recherche sur l'opinion publique ou de surveillance des reportages des médias, pour les produits cinématographiques, vidéo et multimédias et pour les foires et expositions. Il coordonne les marchés de services pour le compte des institutions afin de garantir la cohérence et l'efficacité des communications gouvernementales.

Pour assurer une saine gestion financière et l'application uniforme des politiques et des directives du Conseil du Trésor du Canada, TPSGC fournit au Secrétaire du Conseil du Trésor, au besoin, des renseignements et des conseils sur la répartition des dépenses en marchés de services de communication.

10 Bibliothèque nationale du Canada

La Bibliothèque nationale du Canada aide à faire en sorte que l'information publiée par les institutions soit disponible et accessible aux décideurs et au public, dans l'immédiat et à long terme. Elle collabore avec les institutions pour préserver le patrimoine publié du pays.

Il agit également comme autorité centrale de coordination de la recherche sur l'opinion publique, de la surveillance électronique des reportages des médias, de l'édition gouvernementale et de la participation aux foires et aux expositions. Il fournit en outre un appui au Comité sur la publicité gouvernementale présidé par le Bureau du Conseil privé et il est chargé d'attribuer les numéros d'enregistrement de projet qui autorisent les institutions à passer des marchés de services de publicité par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

En sa qualité de représentant de l'Imprimeur de la Reine pour le Canada, Communication Canada est chargé de la gestion du droit d'auteur de la Couronne et de la gestion des publications destinées à la vente à l'échelle du gouvernement du Canada.

Aux termes de la *Loi sur les textes réglementaires* et de son règlement d'application, l'Imprimeur de la Reine publie la *Gazette du Canada*, le journal officiel du gouvernement du Canada. Communication Canada joue le rôle de coordonnateur des services communs auprès des institutions gouvernementales tenues par la loi de publier leurs textes dans la partie I de la *Gazette*.

En outre, Communication Canada tient la base de données centrale des publications du gouvernement du Canada et fait fonction d'entrepôt central et de réseau de distribution des publications destinées à la vente des institutions gouvernementales. Il gère également le *Programme des services de dépôt*.

Afin de faciliter l'accès du public aux services électroniques du gouvernement et aux renseignements détenus par ce dernier, Communication Canada gère le service 1 800 O-Canada et le principal site Web du gouvernement du Canada sur Internet – le portail du Site du Canada. Il gère également Publiservice, le site intranet du gouvernement accessible aux gestionnaires et aux employés de la fonction publique.

Le personnel des communications doit aussi collaborer avec les coordonnateurs ou les conseillers en accès à l'information et en protection des renseignements personnels (AIPRP). Ces personnes veillent à ce que les employés compétents de l'institution soient informés en temps opportun de l'information qui est divulguée au public. Le personnel des communications aide au besoin les coordonnateurs de l'AIPRP afin que les demandes présentées en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information* soient traitées scrupuleusement et sans retard conformément à cette loi.

8 Communication Canada

Communication Canada a pour mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens. Alors que les communications des diverses institutions gouvernementales portent sur des domaines d'activité bien précis, Communication Canada traite les communications avec les citoyens de façon globale, du point de vue de l'ensemble du gouvernement. Il aide les institutions et le gouvernement à surveiller l'environnement public et à répondre aux besoins de renseignements des citoyens sur l'orientation générale du gouvernement, sur ses priorités et sur une vaste gamme de politiques, programmes, services et initiatives.

Communication Canada aide à élaborer et à améliorer les communications du gouvernement dans les différentes régions du Canada. Il facilite la coordination des activités de communication régionales, en collaboration avec les gestionnaires régionaux des communications et les comités des communications des conseils régionaux des hauts fonctionnaires fédéraux dans les provinces et les territoires.

En tant qu'organisme de services communs, Communication Canada fournit aux institutions un certain nombre de services de communication obligatoires et facultatifs afin d'assurer la conformité à l'ensemble des politiques et des priorités du gouvernement.

pour garantir que les besoins en communication d'une institution, sur le plan national et international, sont pris en compte comme il se doit dans toutes les activités reliées aux programmes et aux politiques.

La collaboration entre les conseillers en politiques, les gestionnaires de programmes, les analystes, les chercheurs, les spécialistes en marketing et le personnel des communications permet de faire en sorte que les besoins et les préoccupations du public soient constamment cernés et pris en compte dans la planification, la gestion et l'évaluation des politiques, programmes, services et initiatives. En outre, elle permet de faire en sorte que les programmes et les services tiennent compte systématiquement des objectifs et priorités de communication du gouvernement.

La collaboration entre les spécialistes des ressources humaines et le personnel des communications garantit que les exigences de communication interne de l'institution sont respectées.

La collaboration entre les technologues de l'information, les webmestres, les téléphonistes des centres d'appels, les graphistes et le personnel des communications garantit que les activités ou les moyens de communication proposés sont réalisables et pratiques sur le plan technique.

Les bibliothécaires aident les institutions à assurer au public l'accès à l'information ainsi qu'à organiser et à conserver les documents publiés sur tous les supports selon les normes reconnues à l'échelle internationale. Les bibliothécaires participent activement à toutes les étapes du cycle de vie de l'information; notamment, ils fournissent de l'aide aux auteurs et aux rédacteurs-réviseurs, s'occupent de la gestion et de la diffusion des publications, assurent l'accès actuel et à long terme à l'information gouvernementale et préservent le patrimoine publié du pays.

exigences de cette politique, quels que soient les rapports hiérarchiques ou le rang que ces derniers occupent dans l'organisation.

Le personnel des communications exécute toutes les tâches liées à la fonction de communication. Il garantit la clarté et l'utilité de l'information fournie à l'utilisateur final, en défendant les intérêts de ceux qui recevront ou devraient recevoir l'information. Il collabore avec le personnel clé indiqué au point 7 ci-après, fournissant conseils et soutien en matière de communication.

7 Conseillers en politiques, gestionnaires de programmes et spécialistes fonctionnels

La fonction de communication est une responsabilité partagée qui exige le soutien, la collaboration et l'interaction de différents employés de l'institution. Les conseillers en politiques, les gestionnaires de programmes et les autres spécialistes fonctionnels – les analystes, les chercheurs, les agents des ressources humaines, les coordonnateurs de l'accès à l'information et de la protection des renseignements personnels, les spécialistes en marketing, les technologues de l'information, les webmestres, les graphistes, les bibliothécaires, les réceptionnistes et le personnel des centres d'appels – doivent se conformer à cette politique dans tous les aspects de leur travail. Leurs superviseurs doivent veiller à ce que le chef des communications, ou la personne qu'il a désignée, soit consulté sur toutes les activités et initiatives qui comportent des communications avec le public ou qui ont des répercussions sur les communications internes de l'institution.

Ces employés doivent participer activement à la planification, à la coordination et à l'exécution des activités de communication de l'institution, y compris à l'utilisation de nouvelles technologies. Ils doivent collaborer à faire en sorte que les budgets de fonctionnement prévoient des ressources suffisantes pour les communications. Ils doivent en outre travailler activement et maintenir une liaison constante avec le personnel des communications

6 Chefs des communications

et personnel des communications

Le chef des communications est le cadre supérieur à qui incombe la responsabilité d'aider l'administrateur général à coordonner et à diriger l'application de la présente politique dans son institution. Les chefs des communications sont membres de la haute direction et relèvent directement des administrateurs généraux. Ils doivent rendre compte à ces derniers de la gestion de la fonction de communication, comme elle est décrite à l'annexe B de la présente politique, à l'administration centrale et dans les bureaux régionaux des institutions. Il leur incombe aussi de veiller à ce que les exigences du gouvernement du Canada concernant l'image de marque, prescrites par le *Programme de coordination de l'image de marque*, soient observées dans toutes les applications.

Les chefs des communications sont chargés de gérer l'image de marque, les activités de publicité, d'édition et de marketing, les analyses de l'environnement, la recherche sur l'opinion publique, les relations avec les médias, la participation à des événements et d'autres activités de communication. Ils surveillent le contenu des sites Web d'une institution pour vérifier qu'il satisfait aux normes de communication. Ils doivent en outre gérer des questions et priorités en matière de communication horizontale qui mettent en cause un certain nombre d'institutions gouvernementales, questions et priorités qui sont déterminées et coordonnées par le Bureau du Conseil privé.

Les chefs des communications et le personnel des communications participent activement à la planification, à la gestion et à l'évaluation des politiques, programmes, services et initiatives; ils offrent conseils et soutien en matière de communication à toutes les étapes du processus.

Le chef des communications doit veiller à ce que les activités du personnel des communications de l'institution, à l'administration centrale et dans les bureaux régionaux, soient conformes aux

- à leur ministre, du respect des priorités et des exigences de communication du gouvernement;

- au greffier du Conseil privé, de la pertinence des communications de leurs institutions à l'égard des politiques, thèmes et priorités du gouvernement, de même que de l'intégration sans réserve de la fonction de communication à la planification, à la gestion et à l'évaluation des politiques, programmes, services et initiatives;

- au secrétaire du Conseil du Trésor, de la mise en œuvre de la présente politique dans leurs institutions et de l'application des directives, instructions ou procédures administratives connexes émises de temps à autre par le secrétaire.

Il incombe aux administrateurs généraux de veiller à la mise en application en bonne et due forme des instructions données par le greffier du Conseil privé et de toutes les décisions pertinentes du Cabinet au sujet des priorités de communication du gouvernement du Canada.

Les administrateurs généraux doivent veiller à ce que toutes les exigences de la *Politique de communication du gouvernement du Canada* soient respectées dans toutes les activités des institutions qu'ils dirigent, au Canada et à l'étranger. À cette fin, ils doivent entre autres veiller à ce que leurs institutions gèrent leurs communications internes et externes conformément aux valeurs et aux principes énoncés dans la présente politique.

L'administrateur général d'une institution doit désigner un cadre supérieur – appelé dans la présente politique « chef des communications » – à qui il incombe d'assurer à l'administrateur général le soutien dont il a besoin pour mettre en œuvre et faire appliquer cette politique.

- il fournit aux institutions des conseils et un soutien pour la planification et la gestion des communications;
- il conseille les institutions sur les questions de communication liées à la planification, à la gestion et à l'évaluation des politiques, programmes, services et initiatives;
- il coordonne l'organisation et l'exécution d'activités de communication horizontales ou pangouvernementales en désignant les institutions ayant la responsabilité principale et en attribuant des responsabilités spéciales, et il assure le soutien nécessaire à cet égard;
- il conseille les gestionnaires et les employés de la fonction publique qui comparaissent devant des comités parlementaires ou des commissions d'enquête sur le protocole en matière de communication;
- il facilite l'échange de renseignements entre les institutions;
- il assure, de concert avec le Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada, un leadership pangouvernemental en ce qui a trait au perfectionnement continu des membres de la collectivité des communications de la fonction publique du Canada.

5 Administrateurs généraux

Aux fins de la présente politique, les administrateurs généraux désignent tous les sous-ministres des ministères énumérés à l'annexe I ainsi que les chefs de toutes les institutions énumérées aux annexes I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Les administrateurs généraux dirigent la gestion globale des communications et son intégration aux autres fonctions clés et en sont responsables, particulièrement en ce qui a trait à la gestion des politiques et des programmes. Ils sont les champions des communications internes de l'institution.

Les administrateurs généraux doivent rendre compte :

3 Comité du Cabinet sur les communications gouvernementales

Le Comité du Cabinet sur les communications gouvernementales supervise la stratégie ou l'approche applicable à l'ensemble des communications du gouvernement.

Le Bureau du Conseil privé fournit des conseils et un appui au Comité pour l'aider à établir et à gérer son programme de travail. Il informe les institutions des résultats des réunions du Comité et fournit des conseils sur les orientations stratégiques afin de rendre les communications plus efficaces et plus cohérentes dans l'ensemble du gouvernement.

4 Bureau du Conseil privé

Le Bureau du Conseil privé joue un rôle de premier plan dans la coordination et la gestion des communications gouvernementales, tel qu'il est défini par le premier ministre et le Cabinet :

- il conseille le Cabinet sur les stratégies de communication;
- il appuie et coordonne l'exécution des décisions du Cabinet à l'échelle du gouvernement;
- il surveille et évalue la mise en application des directives du Cabinet touchant les communications;
- il recueille et analyse des renseignements sur l'environnement public afin de donner au premier ministre, aux ministres et aux institutions des conseils sur la gestion des questions d'intérêt public;
- il préside le Comité sur la publicité gouvernementale, qui examine les plans de publicité des institutions en vue de contribuer à vérifier s'ils sont compatibles avec les grandes priorités du gouvernement et conformes aux politiques pertinentes et qui donne des conseils à ce sujet;
- il informe les institutions des priorités et des thèmes du gouvernement dont elles doivent tenir compte dans leurs plans et stratégies de communication;

2 Conseil du Trésor du Canada et Secrétariat

Le Conseil du Trésor du Canada est chargé d'approuver et de promouvoir la politique administrative générale du gouvernement du Canada, conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Il incombe aux institutions assujetties à la LGFP de respecter les exigences des politiques du Conseil du Trésor, et leurs administrateurs généraux doivent en rendre compte.

Le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada assure au Conseil et à son président conseils et soutien en ce qui a trait à l'élaboration, à la mise en œuvre et à la gestion de la politique administrative. Le Secrétariat remplit d'importantes fonctions en ce qui a trait à la *Politique de communication du gouvernement du Canada*, notamment :

- il élabore, évalue et révisé la politique de communication pangouvernementale;
- il conseille les institutions sur l'interprétation et l'application de la politique;

- il surveille la mise en œuvre et le respect de la politique;
- il évalue le rendement et les résultats, et s'assure de la gestion efficace des ressources et des dépenses liées à la fonction de communication;

- il dirige, coordonne et surveille la mise en œuvre du *Programme de coordination de l'image de marque*;

- il désigne, de concert avec le Bureau du Conseil privé, les institutions ayant la responsabilité principale d'élaborer les exigences, les lignes directrices et les procédures découlant de la politique de communication, en vue de l'approbation du Conseil du Trésor s'il y a lieu.

et qui travaillent directement auprès du public, afin de les aider à se doter des compétences dont ils ont besoin pour être des agents de communication efficaces pour leur institution.

Obligation de rendre compte

1 Ministres

Selon le système parlementaire canadien, les ministres doivent rendre compte au premier ministre et au Parlement de la présentation et de l'explication au public des politiques, priorités et décisions du gouvernement.

Les ministres, individuellement et collectivement en tant que membres du Cabinet, sont les principaux porte-parole du gouvernement du Canada et de ses institutions. Ils jouent un rôle directeur dans l'établissement des priorités et des thèmes généraux des communications gouvernementales.

Les ministres :

- établissent, de concert avec leurs administrateurs généraux respectifs, leurs priorités, objectifs et exigences en matière de communication;
- approuvent les plans globaux de communication des institutions qu'ils dirigent;
- définissent les responsabilités de leur propre personnel en matière de communication;

- établissent, de concert avec leurs administrateurs généraux respectifs, une liaison efficace entre le personnel de leur cabinet et les chefs des communications des institutions, de manière à assurer la coordination de la communication des politiques et des mesures opérationnelles, en tenant particulièrement compte des relations avec les médias et de la participation aux événements publics et aux annonces.

- c) maintenir une bibliothèque interne de manière à assurer la conservation à long terme de toutes leurs publications, sur tous les supports, ainsi que l'accès à ces publications (de concert avec la Bibliothèque nationale du Canada);
- d) tenir à jour un ou plusieurs systèmes d'identification ou de classement, complets et bien structurés, qui fournissent un moyen efficace d'organiser et de repérer l'information, comme l'exige la *Politique sur la gestion des renseignements détenus par le gouvernement du Conseil du Trésor*;
- e) veiller à ce que toutes les exigences de la *Politique sur la gestion des renseignements détenus par le gouvernement, la Politique sur l'accès à l'information, la Politique sur la sécurité du gouvernement du Canada* et la *Politique sur la protection des renseignements personnels et des données* du Conseil du Trésor soient respectées.

31 Formation et perfectionnement professionnel

Les institutions doivent organiser des séances d'information sur la *Politique de communication du gouvernement du Canada* à l'intention de leurs gestionnaires et de leurs employés. Il faut informer les nouveaux employés de la politique et les encourager à en prendre connaissance au moment où ils sont nommés à leur poste. Les institutions doivent :

- a) favoriser le perfectionnement professionnel des employés des communications afin qu'ils maîtrisent bien les techniques et outils actuels liés à la pratique des communications;
- b) planifier une formation en communication afin de répondre à leurs besoins à cet égard, affecter des ressources suffisantes à la formation et au perfectionnement du personnel, et évaluer l'efficacité des programmes de formation;
- c) faciliter la formation en communication pour les employés et les gestionnaires, particulièrement ceux chargés de l'exécution des programmes et de la prestation des services

Produits cinématographiques, vidéo et multimédias

La passation de marchés pour toutes les étapes de production, de distribution et d'évaluation de films cinématographiques, bandes vidéo, émissions de télévision, vidéodisques interactifs, disques compacts et produits multimédias doit se faire par l'intermédiaire de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) pour garantir l'intégrité du processus de passation de marchés entre les institutions et les producteurs des secteurs privé ou public. TPSGC supervise la passation de marchés, le contrôle de la qualité et l'entreposage. Il revient aux institutions de voir à tous les autres aspects de la gestion de projets.

Tous les produits cinématographiques, vidéo et multimédias commandités par les institutions doivent être conformes aux exigences du *Programme de coordination de l'image de marque*, et à celles de la *Politique sur les services communs* et de la *Politique sur les marchés* du Conseil du Trésor. Conformément à la *Loi sur la Bibliothèque nationale*, des exemplaires de tous les produits cinématographiques, vidéo, multimédias et disques compacts finis doivent être déposés auprès de la Bibliothèque nationale du Canada. Il faut aussi se conformer aux exigences sur les langues officielles.

30 Catalogage et sécurité de l'information

Le matériel de communication et l'information publiée sur tous les supports doivent être bien catalogués et conservés en lieu sûr pour en garantir l'accessibilité, dans l'immédiat et à long terme. Les institutions doivent :

- a) veiller à ce que leurs dossiers, documents et matériel de communication, quel que soit le support utilisé, soient maintenus conformément à la *Loi sur les archives nationales*;

- b) cataloguer et décrire leurs fonds de renseignements pour qu'ils soient versés dans *Info Source* conformément à la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*;

- j) fournir deux exemplaires de toutes les publications, sur tous les supports disponibles, en français et en anglais, à la Bibliothèque nationale du Canada, conformément à la Loi sur la Bibliothèque nationale,

- k) veiller à ce que les publications affichées sur leurs sites Web soient conformes à la politique sur l'Uniformité de la présentation et de l'exploitation pour l'Internet : Normes et directives du Conseil du Trésor;

- l) respecter les exigences de la Politique sur la gestion des renseignements détenus par le gouvernement et de la Politique sur les services communs du Conseil du Trésor;

- m) respecter les exigences de la Politique sur les marchés du Conseil du Trésor lorsqu'elles passent des marchés de services d'impression, de rédaction-révision, de conception ou de distribution.

28 Droit d'auteur et concession de licences

Les institutions doivent se conformer à la Loi sur le droit d'auteur et veiller à ce que ces dispositions concernant la propriété des droits se rapportant aux publications protégées par un droit d'auteur soient respectées intégralement dans toutes les applications média.

Les institutions doivent superviser la gestion du droit d'auteur de la Couronne et de la concession de licences de concert avec Communication Canada. Elles doivent se conformer à la Politique sur les services communs et à la Politique sur le titre de propriété intellectuelle décollant des marchés d'acquisition de l'État du Conseil du Trésor. Elles doivent aussi se conformer aux exigences du Programme de coordination de l'image de marque quant à l'utilisation des symboles et des identificateurs du gouvernement du Canada protégés par la Loi sur les marques de commerce.

- b) transmettre à Communication Canada le répertoire des documents publiés et produits en coédition, y compris les mises à jour périodiques, pour qu'il soit inclus dans la base de données centrale des publications du gouvernement du Canada;
- c) acheminer des exemplaires de leurs documents publiés au *Programme des services de dépôt*, géré par Communication Canada;
- d) respecter les exigences de la loi de publier des avis juridiques et réglementaires dans la *Gazette du Canada*, gérée par Communication Canada;
- e) informer Communication Canada des publications qu'elles envisagent de produire pour les vendre;
- f) veiller à ce que toutes les publications destinées à la vente ne contiennent pas principalement des renseignements qui doivent autrement être fournis gratuitement, tel qu'il est décrit à l'exigence 2;
- g) faire en sorte que les publications soient disponibles sur divers supports tel qu'il est décrit à l'exigence 1e) de la présente politique;
- h) veiller à ce que tout le matériel publié, quel que soit le support utilisé, réponde aux exigences sur les langues officielles ainsi qu'aux normes de conception et aux exigences du *Programme de coordination de l'image de marque*;
- i) se conformer aux normes bibliographiques établies par la Bibliothèque nationale du Canada et veiller à ce que les numéros de référence bibliographique normalisés (numéros internationaux normalisés des livres ou numéros internationaux normalisés des publications en série) soient attribués aux publications sur tous les supports;

Pour assurer la compatibilité avec les autres activités de communication, le chef des communications, ou la personne qu'il a désignée, doit examiner les plans et stratégies de marketing avant leur mise en œuvre.

À l'instar des autres activités de communication, la conception et la mise en œuvre d'initiatives, de projets ou de campagnes de marketing doivent être conformes aux exigences du *Programme de coordination de l'image de marque*. De même, les activités de marketing menées sur le site Web de l'institution doivent se conformer aux exigences de la politique sur l'*Uniformité de la présentation et de l'exploitation pour l'Internet : Normes et directives* du Conseil du Trésor.

Dans toutes les activités de marketing, les institutions doivent se conformer à la *Loi sur les langues officielles* et aux politiques sur les langues officielles du Conseil du Trésor.

Pour obtenir des directives sur les méthodes de marketing à suivre concernant les initiatives de commandite et les accords de collaboration d'une institution, se reporter aux exigences 24 et 25.

27 Édition

Les institutions doivent faciliter l'accès du public à leurs publications, c'est-à-dire à tout le matériel d'information, quel que soit le support utilisé, destinés à être diffusé au public ou à certaines personnes seulement à l'extérieur du gouvernement.

Pour garantir au public l'accès aux publications du gouvernement et pour veiller à ce que les exigences de la loi concernant l'édition gouvernementale soient respectées, les institutions doivent :

- a) tenir un répertoire accessible au public de tous les documents publiés par une institution, y compris les publications gratuites et destinées à la vente qui sont produites par l'institution ou en coédition;

Les institutions doivent reconnaître leurs mandataires dans leurs communications avec le public au sujet d'une activité commandée. De même, elles doivent veiller à ce que toutes les parties qu'elles traitent – particuliers, groupes, entreprises ou autres gouvernements – reconnaissent la contribution du gouvernement du Canada à l'égard de la réalisation de leurs activités.

Les gestionnaires chargés de négocier ou d'administrer des initiatives de commandite doivent consulter le chef des communications, ou la personne qu'il a désignée, avant d'offrir ou d'accepter une initiative de commandite pour en garantir la conformité avec les objectifs de communication du gouvernement et de l'institution. Les institutions doivent de plus informer régulièrement leur administrateur général des activités et plans de communication liés aux initiatives de commandite. L'exigence 24a) à f) s'applique également aux initiatives de commandite.

Il est interdit aux institutions d'accepter des commandes du secteur privé en s'engageant, en échange, à faire de la publicité pour les biens et services du commanditaire.

Même si la stratégie de communication se rapportant à une activité ou un projet commandite peut prévoir des efforts publicitaires ou promotionnels auprès des médias, ces efforts ne doivent pas être l'objectif des activités de commandite, mais servir simplement à informer le public au sujet de ces activités. (Pour obtenir d'autres directives sur la publicité et les partenariats, se reporter aux exigences 23 et 24).

26 Marketing

Le marketing aide à promouvoir les politiques, programmes, services et initiatives d'une institution auprès du public. Les institutions doivent intégrer le marketing à la fonction de communication pour garantir que les activités de promotion, qu'elles soient menées à l'appui de besoins précis du marché ou d'objectifs stratégiques plus généraux, appuient les objectifs de communication du gouvernement et de l'institution.

Dans le cadre de tous les partenariats et accords de collaboration, les institutions doivent :

- a) analyser l'environnement public et tenir compte des opinions, des préoccupations et des préférences linguistiques des citoyens et des intervenants avant de conclure une entente;

- b) être conscientes des perceptions du public, éviter les conflits d'intérêt, maintenir la confiance du public à l'égard de l'impartialité et l'intégrité de la fonction publique, et respecter la valeur et la réputation des institutions publiques;

- c) déterminer si le partenariat ou l'accord de collaboration constitue une initiative de diversification des modes de prestation des services selon les critères du Conseil du Trésor à cet égard et, le cas échéant, se conformer à la *Politique sur les différents modes de prestation des services*;

- d) veiller à ce que l'administrateur général soit informé régulièrement des plans et activités de communication ayant trait aux partenariats et accords de collaboration;
- e) intégrer les renseignements au sujet des partenariats et des accords collaboration au processus de planification des communications et des activités régulières de l'institution;
- f) faire part des résultats des accords de collaboration au moyen de leur processus habituel de vérification, d'évaluation et de présentation des rapports sur le rendement.

25 Initiatives de commandite

Les institutions offrent et acceptent des commandites – accords en vertu desquels une partie offre à une autre des ressources financières ou de l'aide en nature pour appuyer un projet ou une activité qui présente un intérêt et des avantages mutuels. À l'instar de tous les accords de collaboration, les initiatives de commandite doivent être communiquées d'une manière juste et équitable pour toutes les parties en cause.

Lorsqu'elles informent le public ou publient de l'information sur les activités de partenariat, les institutions doivent veiller à ce que les contributions de tous les participants soient équitablement reconnues et attribuées. Les dénominations sociales et les logos, sans réplique promotionnelle, constituent des identificateurs adéquats pour reconnaître la contribution des participants.

Conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*, les institutions doivent utiliser le mot-symbole « Canada » pour désigner leur propre participation dans le cadre d'un accord de collaboration afin que le public puisse reconnaître la contribution du gouvernement du Canada.

De plus, elles doivent veiller à ce que toutes les parties en cause reconnaissent également la contribution du gouvernement du Canada dans leurs propres communications avec le public.

Dans ses communications avec le public, que ce soit sur ses sites Web ou dans l'une ou l'autre de ses publications, une institution doit s'abstenir d'annoncer les produits ou services commerciaux des participants du secteur privé. Les renseignements fournis par une institution à propos d'un accord de collaboration et des participants en cause doivent être objectifs et fondés sur des faits, et ne pas être à caractère promotionnel.

Aux fins de la présente politique, lorsqu'il s'agit de garantir la reconnaissance équitable des participants, le fait d'afficher la dénomination sociale ou le logo dans les documents diffusés au public, quel que soit le support utilisé, ne constitue pas de la publicité.

La stratégie de communication se rapportant à un accord de collaboration peut inclure des efforts publicitaires ou promotionnels auprès des médias, mais ces efforts ne doivent pas être l'objectif des activités de partenariat. Ils doivent simplement servir à informer le public au sujet de ces activités. (Pour obtenir d'autres directives sur la publicité, se reporter à l'exigence 23.)

Partenariats et accords de collaboration

h) s'entretenir avec Communication Canada lorsqu'elles prévoient faire une recherche sur l'opinion publique en vue de mettre à l'essai ou d'évaluer des campagnes publicitaires de grande envergure.

Il faut tenir compte des exigences de communication au moment de planifier, de négocier ou de mettre en œuvre un accord de partenariat ou de collaboration.

Les activités ou les initiatives conjointes auxquelles participe un autre gouvernement, une entreprise, une organisation, un groupe ou un particulier doivent être communiquées de manière juste et équitable pour toutes les parties en cause. Les parties à un accord de collaboration ont des objectifs communs ou compatibles, y contribuent des ressources (financières ou en nature), en partagent les retombées et conviennent d'une répartition équitable des risques à prendre.

Les ententes régissant les accords de collaboration définissent les rôles et les responsabilités des parties en cause en matière de communication. Les exigences relatives aux langues officielles, à l'image de marque, à la visibilité, à l'édition, au marketing et aux activités promotionnelles figurent au nombre des exigences de communication prises en compte dans les ententes de partenariat. Les gestionnaires chargés de négocier, de mettre en œuvre ou d'administrer des accords de collaboration doivent consulter le chef des communications de leur institution, ou la personne qu'il a désignée, pour obtenir conseils et soutien en matière de communication. Ces consultations doivent avoir lieu avant d'établir un accord de collaboration, et en cours de route, pour garantir la conformité avec les objectifs de communication du gouvernement et de l'institution.

que le jour où le gouvernement nouvellement élu est assermenté.
 Pour assurer l'intégrité et l'efficacité de la publicité gouvernementale, les institutions doivent :

a) mettre en évidence de façon cohérente les thèmes et les messages déterminants se rapportant au gouvernement dans son ensemble dans tous les plans et les stratégies de publicité, selon les conseils du Bureau du Conseil privé;

b) soumettre leurs plans de publicité à Communication Canada pour qu'ils soient examinés par le Comité sur la publicité gouvernementale;

c) obtenir de Communication Canada un numéro d'enregistrement de projet pour être autorisées à passer un marché de services de publicité;

d) passer les marchés de services de publicité par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada et se conformer aux exigences de la *Politique sur les marchés* et de la *Politique sur les services communs* du Conseil du Trésor dans le cadre de l'acquisition de tous les services de publicité;

e) veiller à ce que toute la publicité soit conforme au *Programme de coordination de l'image de marque* en ce qui a trait à la conception et à la présentation;

f) mettre à l'essai toutes les grandes campagnes de publicité pour aider à faire en sorte qu'elles atteignent les objectifs fixés, et acheminer les résultats à Communication Canada;

g) évaluer toutes les grandes campagnes de publicité pour déterminer dans quelle mesure elles ont permis d'atteindre les objectifs fixés, et acheminer les résultats à Communication Canada;

Une annonce placée dans un média canadien utilisant une langue étrangère est normalement traduite dans cette langue. Lorsqu'une traduction n'est pas disponible, l'annonce doit être publiée dans les deux langues officielles du Canada, chacune occupant la même importance à l'intérieur du même espace publicitaire.

Les institutions ne doivent pas placer dans leur matériel, services ou moyens de communication, quel que soit le support choisi, des annonces publicitaires d'une source du secteur privé ou d'une source non gouvernementale. Les institutions doivent s'abstenir de vendre de l'espace ou du temps publicitaire, que ce soit sur leurs sites Web ou dans l'une de leurs publications, au secteur privé ou à toute source non gouvernementale.

Les institutions doivent éviter de donner l'impression, y compris au public, d'accorder leur appui, une subvention aux fins de marketing ou un avantage concurrentiel injuste à une personne, une organisation ou une entité à l'extérieur du gouvernement. Il leur est interdit de faire de la publicité pour les produits ou services qu'elles achètent ou se procurent dans le secteur privé en vertu d'un marché ou d'en faire publiquement la recommandation. (Pour obtenir d'autres directives sur les initiatives de commandite et les accords de collaboration, se reporter aux exigences 24 et 25).

Les institutions ne doivent pas utiliser de fonds publics pour acheter de l'espace publicitaire à l'appui d'un parti politique.

Les institutions doivent interrompre leur publicité durant les élections générales du gouvernement du Canada. La publicité est autorisée uniquement lorsqu'une institution est obligée en vertu d'une loi ou d'un règlement d'émettre un avis public pour des motifs juridiques; lorsqu'une institution doit informer le public d'un danger pour la santé, la sécurité ou l'environnement; ou lorsqu'une institution doit afficher un avis d'emploi ou de dotation. Sinon, les plans et les activités publicitaires doivent être suspendus le jour où le gouverneur en conseil délivre un bref ordonnant la tenue d'une élection fédérale générale et ils ne doivent reprendre

À titre de gestionnaire du *Programme des foires et expositions* du gouvernement du Canada, Communication Canada fournit aux institutions une liste à jour des événements qu'il coordonne. Les institutions qui prévoient participer à ces foires et expositions doivent s'insaler avec d'autres participants dans le Pavillon du Canada. Les institutions doivent soumettre leurs plans d'exposition à Communication Canada pour qu'il soit en mesure d'assurer, bien avant la tenue de l'événement en question, une planification et une exécution coordonnées et efficaces.

23 Publicité

Les institutions peuvent placer des annonces ou acheter de l'espace publicitaire ou du temps dans n'importe quel média pour informer les Canadiens de leurs droits ou de leurs responsabilités, des politiques, programmes, services ou initiatives du gouvernement, ou encore des risques pour la santé publique, la sécurité ou l'environnement.

Les institutions doivent déterminer leurs obligations en vertu des articles 11 et 30 de la *Loi sur les langues officielles* afin de veiller à ce que toute leur publicité s'y conforme. En outre, les institutions doivent respecter les engagements du gouvernement du Canada, énoncés à la partie VII de la *Loi*, de favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Les plans et les campagnes de publicité doivent tenir compte des besoins, des préoccupations et des préférences linguistiques de ces communautés. Les achats d'espace ou de temps dans les médias doivent inclure l'achat d'espace et de temps dans les organes d'information qui desservent la minorité francophone ou anglophone d'une collectivité.

Les institutions peuvent aussi placer des annonces ou acheter de l'espace publicitaire pour promouvoir les intérêts du Canada à l'étranger. Elles doivent consulter le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international au moment de planifier une campagne de publicité sur les marchés étrangers pour s'assurer de sa conformité avec les communications gouvernementales à l'étranger.

Les institutions doivent veiller à ce que le gouvernement du Canada soit identifié et représenté comme il se doit aux événements et au cours des annonces, y compris dans les occasions mettant en cause d'autres participants, notamment d'autres ordres de gouvernement, des organisations non gouvernementales, des représentants de l'industrie ou du milieu des affaires. Les institutions doivent identifier tous les documents, tout le matériel d'exposition et toutes les présentations préparés pour des événements publics ou des annonces conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*. Elles doivent en outre se conformer aux exigences sur les langues officielles.

Les institutions ne doivent pas prendre part ni accorder leur soutien à des événements partisans organisés pour servir la cause d'un parti politique.

22 Foires et expositions

Les institutions doivent adopter une ligne de conduite cohérente et coordonnée pour ce qui est de leur participation aux foires et aux expositions. Lorsque plusieurs institutions sont représentées au même événement, leur présence doit être unifiée afin qu'elles puissent promouvoir les thèmes et les messages communs du gouvernement du Canada.

Le matériel d'exposition doit se conformer aux normes du *Programme de coordination de l'image de marque* et respecter les exigences de la *Loi sur les langues officielles*. Dans leurs expositions, les institutions doivent prévoir des méthodes destinées à obtenir les réactions du public sur des questions précises ou d'ordre général qui les préoccupent.

Communication Canada coordonne la participation des institutions aux foires et aux expositions où est présent le Pavillon du Canada. Les institutions qui participent à ces activités doivent s'installer dans ce pavillon selon les modalités retenues par Communication Canada.

porte-parole doivent connaître les lignes directrices du Bureau du Conseil privé portant sur la comparution devant le Parlement et d'autres organismes officiels.

Les porte-parole doivent en tout temps respecter les droits à la protection des renseignements personnels, les besoins en matière de sécurité, les dossiers instruits par les tribunaux, la politique du gouvernement, la confidentialité des documents du Cabinet et la responsabilité ministérielle. Lorsqu'ils prennent la parole à titre de représentant officiel d'une institution, ils doivent donner leur nom et le titre de leur poste, parler de faits établis destinés à être cités, et restreindre leurs remarques aux faits concernant les politiques, programmes, services ou initiatives de leur institution.

21 Événements publics et annonces

Les institutions, tant à l'administration centrale que dans leurs bureaux régionaux, doivent recenser les occasions de renseigner le public sur des initiatives ou contributions importantes du gouvernement du Canada. Des événements publics et des annonces, y compris des conférences de presse, doivent être organisés de temps à autre à des fins de communication.

Il appartient aux institutions de déterminer si elles participeront à un événement public ou si elles feront une annonce. Elles doivent communiquer avec le cabinet de leur ministre pour déterminer si le gouvernement y sera représenté par le ministre ou par un ou plusieurs parlementaires désignés par celui-ci.

Les institutions doivent planifier et coordonner les événements avec le personnel du cabinet du ministre lorsque celui-ci doit y assister, ou avec le personnel du député ou du sénateur, le cas échéant, qui doit y assister. Dans le cas d'un événement ou d'une annonce mettant en cause plusieurs institutions, ces dernières doivent coordonner leur participation avec le Bureau du Conseil privé.

Les ministres sont les principaux porte-parole du gouvernement du Canada. Ils sont appuyés dans cette fonction par des collaborateurs nommés à cette fin, notamment des adjoints de direction, des directeurs des communications et des attachés de presse aux cabinets des ministres, ainsi que par les équipes de cadres supérieurs des institutions gouvernementales, qui comprennent les administrateurs généraux, les chefs des communications et d'autres cadres supérieurs.

Les ministres présentent et expliquent au public les politiques, priorités et décisions du gouvernement. Les institutions, laissant les questions politiques exclusivement entre les mains des ministres et de leurs cabinets respectifs, concentrent leurs activités de communication sur les questions se rapportant aux politiques, programmes, services et initiatives qu'ils administrent.

Les cadres supérieurs des institutions doivent désigner des gestionnaires ou des employés compétents dans les bureaux principaux et les régions qui parleront à titre officiel des questions qui relèvent de leurs fonctions ou de leurs domaines de spécialisation.

Les porte-parole désignés des institutions, y compris les spécialistes techniques ou les spécialistes du domaine en question, doivent recevoir une formation, particulièrement en relations avec les médias, afin de pouvoir s'acquitter de leurs responsabilités efficacement et faire en sorte que les exigences de l'institution et de la présente politique soient respectées. (Pour obtenir des directives sur les relations avec les médias, se reporter à l'exigence 19.) Les porte-parole, particulièrement ceux qui sont cadres supérieurs, sont souvent appelés à représenter leur institution devant les comités parlementaires et les commissions d'enquête. Pour garantir une communication efficace qui respecte le protocole officiel, les

Les institutions doivent agir et réagir efficacement dans un milieu médiatique actif 24 heures sur 24. Elles doivent pouvoir, très rapidement, joindre les médias et leur faire part de questions importantes pour les décideurs et le public. À cette fin, elles ont recours à une panoplie d'outils de communication, y compris des conférences de presse, des séances d'information générale ou technique, des communications et des présentations audiovisuelles. Les institutions doivent faciliter les demandes de renseignements ou d'interviews des médias, et gérer des plans et stratégies de communication avec les médias. Elles doivent consulter le cabinet du ministre lorsqu'elles planifient des campagnes ou des stratégies médias qui pourraient nécessiter la participation du ministre ou lorsqu'elles préparent une réponse à une demande de renseignements des médias qui pourrait avoir des répercussions pour celui-ci.

Les institutions doivent respecter l'autorité et la responsabilité du Parlement, dont les membres ont le droit d'être informés des initiatives législatives prévues avant les médias.

Les institutions doivent assurer la qualité et la cohérence des services d'information fournis aux médias dans les deux langues officielles. Il faut répondre sans retard aux demandes de renseignements des médias, qu'elles soient faites par téléphone, par courriel, par lettre ou en personne, afin qu'ils puissent respecter leur heure de tombée.

Les institutions doivent veiller à ce qu'il y ait des mécanismes pour aider les gestionnaires et les employés à répondre aux appels des médias. Les spécialistes des communications chargés des relations avec les médias veillent à ce que les demandes des médias, particulièrement les demandes d'interviews ou de renseignements techniques sur des sujets spécialisés, soient acheminées aux gestionnaires compétents ou aux porte-parole désignés comme tels à titre de représentants officiels de leur institution. (Pour obtenir des directives sur les porte-parole, se reporter à l'exigence 20.)

- g) inclure dans les services offerts en ligne des mécanismes permettant de recevoir les commentaires du public et d'en accuser réception;

- h) respecter les droits à la protection des renseignements personnels et le droit d'auteur dans toutes les publications et les communications en ligne – conformément à la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et à la Loi sur le droit d'auteur;

- i) veiller à ce que l'information diffusée sur les sites Web soit enregistrée et archivée pour la conserver à long terme et préserver la mémoire institutionnelle avant de faire des modifications ou des mises à jour des sites – des processus uniformes étant mis en place en temps opportun à cet effet, de concert avec les gestionnaires des fonds de renseignements d'une institution;

- j) se conformer à la *Politique sur l'utilisation des réseaux électroniques*, à la *Politique sur la gestion des renseignements détenus par le gouvernement*, à la *Politique sur la sécurité du gouvernement du Canada* et à la *Politique sur la protection des renseignements personnels et des données* du Conseil du Trésor.

19 Relations avec les médias

Les journalistes et autres représentants des médias jouent un rôle important dans le processus démocratique – ils communiquent au public les nouvelles et des renseignements sur le gouvernement et font des reportages sur les opinions du public sur le gouvernement. Les institutions doivent entretenir des relations proactives avec les médias pour aider à faire connaître et à faire comprendre les politiques, programmes, services et initiatives du gouvernement au public.

d'information électronique. Les gestionnaires et les employés chargés des aspects opérationnels et techniques des systèmes Web d'une institution travaillent en collaboration avec le personnel des communications qui fournit des conseils stratégiques sur le contenu du site Web et l'utilisation de la technologie à des fins de communication. (Se reporter aussi aux références aux sites Web aux exigences 23, 24, 26 et 27 qui portent sur la publicité, les partenariats, le marketing et l'édition.)

Les institutions doivent :

- a) gérer leurs portails et leurs sites Web conformément à la politique sur l'*Uniformité de la présentation et de l'exploitation pour l'Internet : Normes et directives* du Conseil du Trésor;
- b) identifier l'information et les services en ligne, y compris le courrier électronique, conformément aux exigences du *Programme de coordination de l'image de marque*;
- c) veiller à ce que les communications électroniques soient conformes aux exigences de la *Loi sur les langues officielles* ainsi qu'aux politiques sur les langues officielles du Conseil du Trésor, y compris la *Politique concernant l'utilisation des langues officielles sur les réseaux informatiques*;

- d) être branchées sur les sites portails Internet et Intranet du gouvernement du Canada, le Site du Canada et Publiservice, gérés par Communication Canada;

- e) veiller à ce que l'information affichée sur Internet portant sur les politiques, programmes, services et initiatives soit mise à jour régulièrement, qu'elle soit exacte, facile à comprendre et accessible aux personnes handicapées sur divers supports;
- f) veiller à ce que le matériel imprimé destiné au public soit diffusé simultanément sur Internet;

Les institutions doivent maintenir une présence active sur Internet pour permettre l'accès par voie électronique, 24 heures sur 24, à l'information, aux programmes et aux services publics. Le courrier électronique et les sites Web doivent servir à assurer la communication directe entre les Canadiens et les institutions gouvernementales, et entre les gestionnaires et les employés de la fonction publique. Les institutions doivent promouvoir les initiatives en ligne du gouvernement du Canada qui visent à élargir la portée et à améliorer la qualité des communications internes et externes, à améliorer la prestation de services, à se rapprocher des citoyens et à interagir avec eux, à élargir l'accès du public et à favoriser le dialogue avec ce dernier.

Les institutions doivent veiller à ce que les communications sur Internet soient conformes aux politiques et aux normes gouvernementales. Les communications électroniques avec le public et entre les employés doivent véhiculer fidèlement les thèmes et les messages du gouvernement du Canada.

Pour qu'il y ait compatibilité avec les autres activités de communication, les sites Web, les sous-sites et les portails d'une institution doivent être examinés périodiquement par le chef des communications, ou par la personne qu'il a désignée, à qui il incombe de vérifier le contenu visuel et rédactionnel des sites et de fournir des conseils à cet égard.

Les gestionnaires des sites Web, à l'administration centrale et dans les bureaux régionaux, doivent consulter le personnel des communications sur le contenu visuel et rédactionnel des pages Web, y compris la conception et les normes de présentation, pour garantir le respect des normes de publication et des autres exigences en matière de communication.

En outre, le personnel des communications et les spécialistes en technologie de l'information doivent collaborer de manière à assurer la planification et la gestion efficaces des services

Canadiens en ayant recours à des moyens pratiques et efficaces, les gestionnaires des technologies de l'information, des communications, ceux d'autres fonctions clés comme l'exécution des programmes et la prestation des services, ainsi que ceux des ressources humaines doivent collaborer à l'élaboration de tous les plans d'investissement et à la prise de toutes les décisions à cet égard.

Les investissements dans les nouvelles technologies des communications doivent, selon le cas, servir à :

a) élargir l'accès du public aux renseignements, aux programmes et aux services;

b) réaliser des économies au chapitre de la préparation, de l'accessibilité et de la diffusion de l'information, tout en y assurant l'accès aux générations actuelles et futures;

c) favoriser les communications interactives avec les Canadiens et faciliter la consultation du public aux fins de l'élaboration et de l'exécution des politiques, des programmes, des services et des initiatives;

d) améliorer la qualité des services et intégrer la prestation des services.

18 Internet et communications électroniques

Internet, le Web et d'autres moyens de communication électronique sont des outils importants pour permettre et maintenir une communication efficace au sein des institutions et avec leurs clients dans tout le Canada et dans le monde entier.

Important outil pour fournir de l'information et des services au public, Internet facilite la communication interactive et bidirectionnelle ainsi que la rétroaction. Il offre des possibilités de joindre les Canadiens peu importe où ils habitent et de leur fournir des services personnalisés.

17 Innovation technologique et nouveaux médias

Les institutions doivent conserver leur capacité d'innover et se tenir au fait de l'évolution des pratiques et de la technologie en matière de communication. Au fur et à mesure qu'elles adoptent de nouveaux moyens de communication, les institutions doivent continuer de joindre en temps opportun les citoyens dont l'accès à la technologie peut être limité ou qui préfèrent recevoir des renseignements du gouvernement par des moyens plus conventionnels. Pour faire en sorte que les nouvelles technologies contribuent à améliorer la capacité d'une institution de communiquer avec les

Il faut identifier le matériel de communication conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*.

Toutes les communications internes doivent être gérées conformément aux exigences de la *Loi sur les langues officielles* (particulièrement de la partie V concernant la langue de travail). Les institutions doivent se conformer aux politiques du Conseil du Trésor ayant trait aux langues officielles, en particulier celles sur la *Langue de travail* et sur les *Communications entre les régions*.

Il faut examiner de temps à autre les activités et processus de communication interne pour évaluer les résultats, recenser les domaines où des améliorations s'imposent et apporter au besoin les modifications nécessaires.

Les communications internes contribuent à favoriser l'information et la sensibilisation des employés ainsi que l'acquisition des connaissances. Pour ce faire, les institutions ont recours à des documents publiés (sur divers supports), des présentations orales, des réunions du personnel et des activités d'apprentissage. La participation aux comités de rédaction de bulletins, aux comités consultatifs internes sur les communications et aux groupes de travail d'évaluation offrent d'autres occasions de faire participer les gestionnaires et les employés aux discussions sur les mesures à prendre.

obtenir les résultats voulus et améliorer le service, et de prendre des mesures pour y donner suite, que de tenir les employés au courant des objectifs et des priorités de l'institution ou des faits nouveaux, changements ou nouvelles initiatives ayant une incidence sur leur travail. Tenir compte des opinions et des préoccupations des syndicats, des représentants et des associations du personnel peut aussi déboucher sur une gestion organisationnelle plus efficace. L'institution qui sollicite la participation des employés aux discussions sur les mesures à prendre a accès à un vaste bassin de connaissances et de compétences spécialisées. Les employés qui participent comme il se doit à la vie de l'organisation peuvent être des alliés utiles dans les communications externes en aidant à renseigner le public, leurs collègues et des recrues éventuelles au sujet de leur organisation.

Les communications internes font partie intégrante de la stratégie globale de communication d'une institution et doivent être abordées dans le plan global de communication. (Pour d'autres directives à ce sujet, se reporter à l'exigence 13.)

Les communications internes efficaces constituent une responsabilité de gestion partagée. Fort de l'appui de l'équipe de direction, l'administrateur général se fait le champion de l'engagement de l'institution envers des communications internes ouvertes et axées sur la collaboration. La collaboration particulièrement entre la fonction de gestion des ressources humaines et la fonction de communication, est essentielle pour garantir le respect des exigences de communication interne.

Les gestionnaires et les superviseurs doivent communiquer avec les employés ouvertement, fréquemment, avant que l'information soit communiquée au public ou au moment de sa communication. Il faut leur offrir une formation en communication pour qu'ils soient des communicateurs efficaces.

Avant de diffuser des communications ou des renseignements publics ayant une portée ou une orientation régionale ou de participer à des activités locales, les institutions doivent veiller à ce que les membres de la haute direction des opérations régionales soient invités à prendre part à la planification, à l'élaboration de la stratégie et à la mise en œuvre des communications. De même, les opérations à l'administration centrale doivent participer aux activités de communication axées sur les régions.

Les institutions doivent veiller à ce que les opérations régionales disposent des ressources nécessaires pour respecter les exigences de la présente politique et pour gérer efficacement la fonction de communication. Elles doivent veiller à ce que toutes les communications régionales soient conformes au *Programme de coordination de l'image de marque*.

Souvent, plusieurs institutions sont appelées à participer à la planification et à la gestion des communications associées à des activités et événements régionaux. Communication Canada coordonne les communications du gouvernement du Canada dans les différentes régions du pays. De concert avec les conseils régionaux des hauts fonctionnaires fédéraux et de leurs comités des communications, Communication Canada appuie et facilite les communications du gouvernement du Canada dans les provinces et les territoires.

16 Communications internes

Les communications entre les gestionnaires et les employés doivent être ouvertes et empreintes d'esprit de collaboration, de manière à permettre d'atteindre les objectifs du gouvernement, de réaliser la mission de l'institution et de fournir au public des services d'information de qualité.

Les communications internes doivent aller dans les deux sens, être un dialogue. Il est tout aussi important d'écouter les employés faire état de leurs idées, de leurs préoccupations et de leurs suggestions pour

14 Mémoires au Cabinet et présentations au Conseil du Trésor

Les mémoires au Cabinet doivent inclure un plan de communication et préciser les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs de communication, comme l'exige le système de dossiers du Cabinet.

Un plan de communication comportant l'information budgétaire requise doit aussi être inclus dans les présentations au Conseil du Trésor qui n'ont pas fait l'objet d'un mémoire au Cabinet et qui portent sur d'importants investissements de fonds publics, sur des politiques, des initiatives, des programmes ou des services nouveaux et importants, ou sur des questions qui sont ou qui pourraient être de nature délicate et une source de préoccupation pour le public.

Le chef des communications examine les mémoires au Cabinet et les présentations au Conseil du Trésor préparés par l'institution pour s'assurer que les mesures appropriées et l'affectation de ressources suffisantes pour atteindre les objectifs de communication prévus y sont recommandés.

15 Opérations régionales

Les bureaux régionaux chargés de la prestation des programmes et des services dans les différentes régions du Canada doivent participer à la planification, à l'élaboration, à la mise en œuvre et à l'évaluation des activités de communication d'une institution.

La coordination entre l'administration centrale et les opérations régionales concernant toutes les questions de communication est essentielle. Le personnel régional des communications doit être invité dès le début à participer à la planification et à l'élaboration de stratégies destinées à permettre d'atteindre les objectifs de communication de l'institution au niveau local ou régional.

Les chefs des communications et les gestionnaires régionaux des communications doivent conférer périodiquement pour faire en sorte que les objectifs de communication de l'institution soient atteints dans toutes les régions du pays.

- e) collaborer avec les autres institutions du gouvernement du Canada à l'élaboration de stratégies et de plans de communication conjoints dans les domaines qui les intéressent mutuellement;
- f) échanger les plans de communication et les conclusions des évaluations avec d'autres institutions du gouvernement du Canada;
- g) fournir, sur demande, les plans de communication au Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada aux fins d'information, de surveillance ou d'examen;
- h) surveiller le rendement des produits de communication et évaluer les résultats par rapport aux objectifs fixés dans les plans de communication et d'activités;
- i) évaluer l'efficacité et le rapport coût-efficacité des campagnes et des programmes de communication élaborés à l'appui des initiatives stratégiques ou de programmes, et apporter les améliorations ou les modifications nécessaires pour assurer l'efficacité des plans, des stratégies et des activités;
- j) évaluer de façon périodique (au moins tous les trois ans) à quel point leurs pratiques de gestion se conforment aux exigences de cette politique;
- k) intégrer, quand cela est possible, une évaluation du degré de conformité à cette politique aux vérifications internes, aux évaluations et aux examens de leurs programmes et de leurs services;
- l) se conformer aux exigences de la *Politique de vérification interne*, de la *Politique d'évaluation* et de la *Politique sur la surveillance active* du Conseil du Trésor lorsqu'elles effectuent des examens, des évaluations ou des vérifications ayant trait aux communications;
- m) fournir les rapports de vérification et d'évaluation rédigés au Secrétaire du Conseil du Trésor du Canada.

- précise les destinataires (citoyens, groupes d'intervenants, etc.) à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution;

- tient compte des opinions et des préoccupations des destinataires à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution (environnements interne et externe);

- définit les stratégies, les outils, les messages et les responsabilités en ce qui a trait aux communications avec les destinataires;

- précise les besoins opérationnels et l'affectation des ressources.

Le plan global de communication de l'institution doit être examiné, évalué et mis à jour périodiquement dans le cadre du cycle de planification des activités et d'établissement du budget.

Les institutions doivent :

- a) veiller à ce que la planification des communications fasse partie intégrante des initiatives concernant les programmes et les politiques, et à ce qu'on tienne compte comme il se doit des exigences de communication dans les budgets et les plans financiers;
- b) veiller à ce que l'environnement public – en particulier les opinions et les besoins des citoyens – soit évalué à toutes les étapes d'une initiative, et à ce que les plans de communication en fassent état;

- c) veiller à ce que les plans et les stratégies de communication se rapportant aux politiques, programmes, services et initiatives soient élaborés en collaboration et en fonction des commentaires formulés par les gestionnaires responsables de l'administration centrale et des bureaux régionaux;

- d) veiller à ce que les plans et stratégies de communication mettent en évidence les thèmes et les messages du gouvernement du Canada;

et institutionnelles;

■ intégrer les priorités gouvernementales, ministérielles

Chaque institution doit élaborer un plan global de communication qui :

en matière de communication.

Les plans d'activité doivent tenir compte des exigences de l'institution

les communications comme partie intégrante de leurs activités.

à leur processus annuel de planification opérationnelle et évaluer

Les institutions doivent intégrer la planification des communications

13 Planification et évaluation

horizontales ou pangouvernementales qu'il y a lieu de coordonner:

activités et des thèmes susceptibles d'avoir des répercussions

h) demander conseil au Bureau du Conseil privé au sujet des

messages et thèmes communs à l'ensemble du gouvernement;

à des activités de communication qui font la promotion des

g) collaborer avec d'autres institutions du gouvernement du Canada

par voie électronique;

au téléphone, par la poste, par télécopieur, sur Internet et

tous les moyens de communication, à savoir : en personne,

f) garantir la cohérence de l'information et des messages dans

processus d'approbation selon le besoin;

face aux enjeux de communication, et modifier et simplifier les

e) examiner divers moyens d'accroître l'efficacité des mesures prises

communications gouvernementales;

en ce qui concerne la mise en œuvre et la gestion des

rôle particulier et s'acquittent de leurs responsabilités partagées

d) veiller à ce que les employés à tous les niveaux assument leur

activités de communication;

planification, la gestion et la mise en œuvre de toutes les

doit entre l'administration centrale et les régions pour la

c) veiller à ce que les ressources soient réparties comme il se

Il incombe aux institutions ayant la responsabilité principale de procéder à la planification d'urgence et d'élaborer des procédures opérationnelles normalisées. Elles doivent se mettre d'accord avec les administrations régionales et locales pour la coordination de l'aide gouvernementale et la désignation d'un seul centre de responsabilité pour toutes les communications avec le public. Il faut préciser qui aura la responsabilité principale dans le cadre du processus de planification. En cas de doute quant à l'administration publique ayant la responsabilité principale dans des circonstances données, les institutions doivent demander conseil au Bureau du Conseil privé.

12 Gestion et coordination

Les institutions doivent intégrer les communications à leurs processus et procédures de gestion. Les communications sont une responsabilité partagée qu'il faut coordonner avec d'autres fonctions de gestion. Il faut maintenir en tout temps des liens de travail bien définis entre les communications et les autres fonctions fondamentales comme la gestion des politiques et des programmes, la prestation des services, la gestion des ressources humaines, la gestion de l'information et la gestion des technologies de l'information.

Les institutions doivent :

- a) élaborer, mettre en œuvre, gérer et évaluer les politiques, programmes, services et initiatives avec les conseils, l'appui et la participation soutenus des spécialistes des communications gouvernementales;
- b) veiller à ce que la fonction de communication – comme elle est décrite à l'annexe B – dispose de ressources suffisantes pour lui permettre de respecter les exigences de la présente politique, et à ce que les ressources soient gérées prudemment;

Une « urgence » est une situation anormale qui exige de prendre rapidement des mesures au-delà des procédures normales pour limiter les dommages aux personnes, aux biens ou à l'environnement. Parfois, une situation d'urgence peut être ou devenir une situation de crise, par exemple s'il est perçu que le gouvernement ne maîtrise pas la situation. La gestion efficace des communications est essentielle, avant, durant et après une situation d'urgence, pour aider à prévenir les blessures ou les pertes de vie, limiter les dommages aux biens matériels et immobiliers, maintenir les services publics, ou aider aux processus de remise en état, et pour aider à maintenir ou à restaurer la confiance du public à l'endroit du gouvernement.

Aux termes de la *Loi sur la protection civile*, les institutions sont tenues d'élaborer des plans d'intervention en cas d'urgence.

Les institutions doivent reconnaître qu'il faut parfois déployer rapidement des efforts extraordinaires en situation de crise ou d'urgence. Elles doivent être prêtes à rajuster leurs priorités et à réaffecter leurs ressources en conséquence. Les plans, partenariats, outils et méthodes nécessaires doivent être en place pour permettre aux fonctionnaires de communiquer d'une manière efficace et efficiente dans les deux langues officielles en situation d'urgence ou de crise.

Plusieurs organismes gouvernementaux aux niveaux national, provincial ou local peuvent participer à l'intervention en cas d'urgence ou de crise. Il peut aussi être nécessaire de collaborer avec d'autres intervenants, comme les dirigeants de l'industrie ou de la collectivité et les organisations non gouvernementales.

Les différents gouvernements et leurs institutions doivent s'entendre sur l'organisme qui aura la responsabilité principale des communications en cas de crise ou d'urgence afin de garantir la diffusion en temps opportun de renseignements précis, pertinents et cohérents. Cela facilite la prestation de services, élimine les possibilités de contradiction ou de confusion et montre que le gouvernement assure un leadership.

Les institutions doivent :

- a) favoriser un dialogue ouvert avec le public sur les enjeux comportant des risques et instaurer un climat de confiance, de crédibilité et de compréhension en n'hésitant pas à fournir des faits, des indications et des renseignements au sujet des évaluations des risques et des décisions prises;

- b) faciliter l'échange interactif de renseignements sur les risques et sur les facteurs connexes entre les parties intéressées à l'intérieur et à l'extérieur de leur institution;

- c) donner suite aux perceptions du public et dissiper les idées fausses et préconçues à propos des risques en présentant des renseignements fondés sur des faits;

- d) intégrer l'analyse de l'environnement et les plans et stratégies de communication à l'évaluation des risques et au processus décisionnel;

- e) observer les directives du Conseil du Trésor sur la gestion des risques dans l'exécution des programmes et la prestation des services, et consulter les lignes directrices du Conseil du Trésor à ce sujet, notamment le *Cadre intégré de gestion des risques*.

11 Communications en cas de crise et d'urgence

Bien que les termes « crise » et « urgence » ne soient pas synonymes, une communication efficace fait partie intégrante de la gestion des crises et des urgences.

Une « crise » est une situation qui porte atteinte en quelque sorte aux convenances, aux traditions ou aux valeurs, à la sécurité ou à la protection du public, ou encore à l'intégrité du gouvernement. Une crise ne présente pas nécessairement une menace grave pour la vie humaine ou les biens. La gestion efficace des communications est essentielle pour aider à maintenir ou restaurer la confiance du public à l'égard du gouvernement en temps de crise.

Le personnel des communications fournit conseils et soutien aux gestionnaires qui planifient, mettent en œuvre ou évaluent les processus de consultation et de participation des citoyens d'une institution. Les gestionnaires qui sont chargés de consulter le public collaborent avec le personnel des communications qui rédige et aide à mettre en œuvre des plans et des stratégies de communication.

Les institutions doivent informer les Canadiens des possibilités de participer aux initiatives de consultation du public et de participation des citoyens. Elles peuvent utiliser à cette fin les sites Web, les lettres d'invitation, les avis aux médias, la publicité payée et les autres moyens utilisés normalement par les institutions pour communiquer avec le public, y compris les avis publiés dans la *Gazette du Canada* [se reporter à l'exigence 27d)].

Les institutions doivent veiller à ce que le matériel de communication ou d'information préparé aux fins de consultation soit clairement identifié comme provenant du gouvernement du Canada, conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*.

10 Communications en cas de risque

Les institutions doivent prévoir et évaluer les risques éventuels reliés à la santé et la sécurité, à l'environnement et à l'administration des politiques et des programmes. Dans son sens le plus large, le risque, qui normalement comprend un danger, un risque ou une menace possible, est associé à l'acceptation d'un élément d'incertitude en vue d'obtenir un avantage éventuel.

Des plans et des stratégies doivent être élaborés au besoin en vue de communiquer au public les risques cernés. Pour communiquer efficacement au sujet des risques, les institutions doivent s'intéresser à toutes les opinions et positions et s'en soucier, comprendre les diverses perceptions et respecter les principes qui les sous-tendent. L'efficacité de la gestion des risques repose sur la communication ouverte et transparente entre les parties intéressées qui peuvent avoir des intérêts différents et opposés.

Les institutions doivent :

- a) soumettre les plans, stratégies et instruments pour les projets et initiatives de recherche sur l'opinion publique à Communication Canada, qui agit comme autorité technique et de coordination en ce qui a trait à la recherche sur l'opinion publique menée par le gouvernement du Canada;
- b) obtenir de Communication Canada un numéro d'enregistrement de projet pour être autorisées à avoir recours à des services de recherche sur l'opinion publique;
- c) passer les marchés de services de recherche sur l'opinion publique par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada;
- d) achever des exemplaires des rapports finals de recherche sur l'opinion publique à Communication Canada, qui les dépose ensuite sans retard à la Bibliothèque du Parlement et à la Bibliothèque nationale du Canada;
- e) communiquer les résultats des recherches aux autres ministères et organismes du gouvernement du Canada susceptibles de s'y intéresser;
- f) veiller à ce que les principes de pratiques équitables d'information renfermés dans les articles 4 à 8 de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* soient respectés dans toute recherche sur l'opinion publique;
- g) communiquer sans retard les résultats des recherches au public qui en fait la demande.

9 Consultation et participation des citoyens

Les besoins de communication doivent être pris en compte dans la planification, la gestion et l'évaluation des activités de consultation et de participation des citoyens. La communication ouverte et réceptive est essentielle au succès des consultations publiques.

Elles doivent utiliser toute une gamme d'outils pour évaluer l'environnement dans lequel elles mènent leurs activités, y compris la réaction des citoyens, l'analyse des demandes de renseignements, la surveillance des reportages des médias et la recherche sur l'opinion.

Pour effectuer une analyse judiciaire de l'environnement public, les institutions doivent cerner et suivre les questions d'intérêt public et les tendances actuelles et nouvelles qui font l'objet de reportages dans les médias. Communication Canada offre aux institutions un service électronique centralisé de surveillance des reportages des médias pour lequel des fonds ont été alloués. Les institutions qui décident d'avoir recours à ce service doivent s'inscrire auprès de Communication Canada.

8 Recherche sur l'opinion publique

Les institutions se servent des recherches sur l'opinion publique pour mieux comprendre la société canadienne; cerner les besoins et les attentes des citoyens; évaluer les réactions aux propositions ou aux modifications ou initiatives éventuelles; évaluer l'efficacité de leurs politiques, programmes et services; mesurer les progrès réalisés en ce qui a trait à l'amélioration du service; évaluer l'efficacité des activités de communication, notamment la publicité; ou à des fins de marketing, entre autres applications.

Les institutions doivent se conformer aux exigences de la *Politique sur les marches* et de la *Politique sur les services communs* du Conseil du Trésor lorsqu'elles procèdent à des recherches sur l'opinion publique pour quantifier, caractériser ou évaluer les opinions, les attitudes ou les perceptions d'une population donnée. Elles doivent aussi garantir la qualité et la valeur des recherches qu'elles commandent ou effectuent elles-mêmes.

gérer la conception et la présentation de tout le matériel de communication selon les mêmes principes et d'une manière coordonnée, conformément au PCIM.

Lorsqu'elles identifient leurs contributions ou leurs activités, les institutions doivent mettre en évidence les symboles officiels du gouvernement du Canada. Elles doivent afficher le mot-symbole « Canada », l'identificateur universel du gouvernement du Canada, dans tout le matériel d'information et de communication à usage interne ou externe, quel que soit le support utilisé.

Les institutions doivent en outre se conformer à la politique sur l'*Uniformité de la présentation et de l'exploitation pour l'Interne : Normes et directives* du Conseil du Trésor, qui s'applique à la conception et à la présentation des communications en ligne.

6 Expression de la diversité

Les institutions doivent veiller à ce que leurs publications et autre matériel de communication donnent une image juste, représentative et inclusive de la diversité de la société canadienne. Elles doivent se conformer en tout temps aux exigences de la

Loi sur le multiculturalisme canadien.

Les institutions doivent tenir compte des différences entre les diverses régions du Canada et à l'intérieur de celles-ci. Elles doivent veiller à équilibrer leurs plans et activités de communication de manière à prendre en compte les besoins et intérêts des populations locales et régionales et d'y donner suite. (Pour obtenir des directives sur la gestion des communications régionales, se reporter à l'exigence 15.)

7 Analyse de l'environnement

Pour évaluer les besoins et les attentes du public et y répondre d'une manière efficace – pour prévoir les problèmes éventuels et formuler des stratégies d'intervention pertinentes – les institutions doivent surveiller et analyser systématiquement l'environnement public entourant leurs politiques, programmes, services et initiatives.

Pour garantir la clarté et la cohérence de l'information, il faut veiller à utiliser un langage clair et conforme aux règles de grammaire dans toutes les communications avec le public. Ce principe s'applique aux communications internes ainsi qu'à l'information destinée au Parlement ou à tout autre organisme officiel, qu'elle soit communiquée par écrit ou de vive voix.

4 Langues officielles

Dans toutes les communications, les institutions doivent respecter l'égalité de statut des deux langues officielles, tel qu'il est établi par la *Charte canadienne des droits et libertés* et comme y donnent effet la *Loi sur les langues officielles* et le *Règlement sur les langues officielles – communications avec le public et prestations des services*. Les institutions doivent se conformer à toutes les exigences et règles juridiques qui en découlent.

Les institutions doivent déterminer et respecter toutes les exigences qui s'appliquent en matière de langues officielles lorsqu'elles participent à une activité de communication que prévoit la présente politique. Les institutions doivent se conformer aux politiques sur les langues officielles du Conseil du Trésor, qui énoncent différentes exigences en ce qui a trait aux communications. Elles doivent en outre respecter les exigences du *Programme de coordination de l'image de marque* portant sur la présentation visuelle des langues officielles dans les communications et les documents d'information.

5 Image de marque

Une image de marque claire et cohérente aide le public à reconnaître les politiques, programmes, services et initiatives du gouvernement du Canada, à y avoir accès et à les évaluer.

Pour maintenir une image de marque reconnaissable et unifiée pour l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent veiller à ce que leurs immeubles, installations, programmes, services et activités soient clairement identifiés, conformément au *Programme de coordination de l'image de marque* (PCIM). Les institutions doivent

- des commentaires sur les politiques, programmes, services et initiatives de grande envergure, et que cette rétroaction soit prise en compte dans les examens ou les évaluations en vue d'apporter les modifications pertinentes;
- k) que de l'information sur la mission, la structure, les programmes et les services des institutions soit fournie à Communication Canada afin que le public puisse y avoir accès par l'intermédiaire du numéro 1 800 O-Canada et du portail du Site du Canada.

2 Information sans frais

Les institutions doivent fournir gratuitement l'information dont elles ont la responsabilité et, selon le cas :

- a) dont des particuliers ont besoin pour se prévaloir d'un service ou d'un programme auquel ils ont droit;

- b) qui sert à expliquer les droits et les obligations des particuliers;

- c) qui constitue des renseignements personnels demandés par l'intéressé;

- d) qui sert à informer le public des dangers et des risques en matière de santé, de sécurité et d'environnement;

- e) qui est nécessaire pour que le public comprenne une nouvelle priorité, loi ou politique importante ou un nouveau programme ou service important;

- f) qui fait l'objet d'une demande en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information*, et dont les frais sont supprimés à la discrétion du chef de l'institution.

3 Langage clair

Le devoir d'une institution d'informer le public suppose celui de communiquer efficacement. Les renseignements sur les politiques, programmes, services et initiatives doivent être clairs, pertinents, objectifs, faciles à comprendre et utiles.

Pour fournir un service de qualité qui répond aux besoins de renseignements de tous les Canadiens, les institutions doivent faire en sorte :

- a) que la *Charte canadienne des droits et libertés* et la *Loi sur les langues officielles*, ainsi que tous les règlements et les politiques qui en découlent, soient respectés en tout temps;

- b) que le public soit servi par un personnel bien informé et compétent;

- c) que le service soit empressé, courtis, équitable et efficace, tout en tenant compte comme il se doit de la protection des renseignements personnels, de la sécurité, des convenances, du bien-être et des besoins du public;

- d) que toute une gamme de méthodes nouvelles et conventionnelles de communication servent à satisfaire les besoins d'un public diversifié;
- e) que l'information soit fournie sur divers supports afin de répondre aux besoins des personnes handicapées;

- f) que l'information, quel que soit le support utilisé, soit bien identifiée comme provenant du gouvernement du Canada conformément au *Programme de coordination de l'image de marque*;
- g) qu'elles répondent promptement aux demandes d'information ou de renseignements du public sans recours inutile à la *Loi sur l'accès à l'information*;

- h) d'expliquer rapidement et clairement au public pourquoi les renseignements demandés ne sont pas disponibles;
- i) que de l'information soit disponible sur le niveau de service fourni par l'institution, y compris sur les délais de réponse aux demandes de renseignements, à la correspondance et aux plaintes;

- j) que des occasions soient offertes au public de communiquer

10 De veiller à ce que toutes les institutions du gouvernement du Canada travaillent en collaboration afin de communiquer avec le public avec cohérence et efficacité. Parce qu'il s'agit d'une activité fondamentale et d'une responsabilité partagée touchant tous les aspects de l'administration des politiques et des programmes, la fonction de communication concerne tous les employés du gouvernement du Canada, qui travaillent en collaboration. La coordination à l'intérieur des institutions et entre celles-ci est essentielle aux communications cohérentes et uniformes à l'échelle du gouvernement. Fournir des services d'information au mieux des intérêts des Canadiens et de leur gouvernement, de manière à répondre avec efficacité et efficience aux besoins en communication interne et externe, exige le concours de toutes les institutions.

Application et autorité

La présente politique est publiée en vertu de l'alinéa 7 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* (LGFP) et s'applique à toutes les institutions du gouvernement du Canada énumérées aux annexes I, I.1 et II de la LGFP. Il est recommandé à toutes les autres institutions publiques visées par la LGFP, particulièrement les sociétés d'État énumérées à l'annexe III (parties 1 et 2), de se familiariser avec cette politique et d'appliquer ses principes à la gestion de leurs propres communications.

Exigences de la politique

1 Information et services aux Canadiens

Les institutions du gouvernement du Canada doivent veiller à ce que le public ait libre accès aux renseignements sur les politiques, programmes, services et initiatives. L'information destinée au public doit être diffusée dans toutes les régions du Canada ou y être facilement accessible sur tous les supports possibles. Il faut prendre en compte les besoins de communication des Canadiens qui voyagent ou habitent à l'étranger afin de leur assurer, à eux aussi, l'accès aux renseignements sur les politiques, les programmes, les services et les initiatives.

que les droits linguistiques doivent être respectés en tout temps. Les Canadiens tiennent à la liberté, à l'ouverture, à la sécurité, à la compassion et au respect. Il importe que ces valeurs sous-tendent les communications de leur gouvernement.

8 D'encourager les gestionnaires et les employés de la fonction publique à discuter ouvertement avec le public des politiques, des programmes, des services et des initiatives qu'ils connaissent et dont ils ont la

responsabilité. L'ouverture du gouvernement favorise l'accessibilité et l'obligation de rendre compte. Elle permet au public de participer de façon éclairée à l'élaboration des politiques, assure la prise de décisions équitables et permet au public d'évaluer le rendement. Un gouvernement ouvert et démocratique suppose que tous les employés ont un rôle à jouer dans les communications avec le public, tout en respectant la constitution et les lois du Canada. Les gestionnaires et les employés de la fonction publique doivent respecter les droits à la protection des renseignements personnels, les dossiers instruits par les tribunaux, la sécurité nationale, la confidentialité des documents du Cabinet et la responsabilité ministérielle. Ils servent au mieux l'intérêt du public en communiquant ouvertement, en étant réceptifs aux besoins et en fournissant des renseignements au sujet des politiques, programmes, services et initiatives qu'ils aident à administrer, tout en usant de la circonspection voulue dans le cas des renseignements de nature délicate.

9 De garantir que les Canadiens puissent continuer d'avoir confiance en l'intégrité et en l'impartialité de la fonction publique du Canada. Les Canadiens apprécient une fonction publique indépendante et professionnelle qui traite les individus avec respect, équité et intégrité. Il faut respecter la valeur et la réputation des institutions publiques. On s'attend à ce que les gestionnaires et les employés de la fonction publique fournissent des services d'information avec objectivité et conformément aux principes de la démocratie parlementaire et de la responsabilité ministérielle.

5 De déterminer et de prendre en compte systématiquement les besoins et les enjeux de communication lorsqu'il s'agit d'élaborer, de mettre en œuvre et d'évaluer les politiques, programmes, services et initiatives. La communication permet l'échange de renseignements dont ont besoin les Canadiens et leur gouvernement pour établir un partenariat efficace. Pour recueillir et fournir des renseignements importants pour le public, le gouvernement, et aux fins du processus démocratique, il faut disposer de ressources et d'outils professionnels, et exercer une gestion efficace et responsable. Il faut déterminer les besoins de communication à l'interne et à l'externe et les satisfaire lorsqu'il s'agit de planifier, de gérer ou d'examiner des politiques, des programmes, des services ou des initiatives. Il est essentiel d'utiliser les fonds publics de manière responsable dans toutes les activités de communication afin de maximiser l'investissement des contribuables.

6 De consulter le public, de l'écouter et de tenir compte de ses intérêts et préoccupations au moment d'établir des priorités, d'élaborer des politiques, et de planifier des programmes et des services. L'obligation du gouvernement de se rapprocher des citoyens et de communiquer avec eux va de pair avec le droit des citoyens de s'adresser à leur gouvernement et d'être entendus par ce dernier. Dans une démocratie, pour bien accomplir son travail, le gouvernement doit être à l'écoute du public, définir et évaluer les besoins des citoyens et y répondre. Le gouvernement doit obtenir le plus d'information possible sur les besoins et les attentes du public pour être en mesure d'y répondre efficacement. Le dialogue entre les citoyens et leur gouvernement doit être continu, ouvert, inclusif, pertinent, clair, sûr et fiable. La communication est un processus bidirectionnel.

7 D'assurer un service empressé, courttois et réceptif qui tient compte des besoins du public, répond à ses préoccupations et respecte les droits des particuliers. La gestion des services d'information doit être axée sur les citoyens et les clients, de manière à produire des résultats pour les Canadiens. Le public doit avoir accès facilement et en temps opportun à l'information et aux services gouvernementaux. L'accès à l'information et la protection des renseignements personnels ainsi

minorités francophones et anglophones du Canada et d'appuyer leur développement, ainsi que de promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne.

3 De veiller à ce que les institutions du gouvernement du Canada soient visibles et accessibles, et à ce qu'elles rendent compte au public qu'elles servent. S'ils veulent être accessibles et comptables, le gouvernement et ses institutions doivent être visibles et reconnaissables partout où ils sont présents. Le public peut alors voir le gouvernement à l'œuvre, avoir accès à ses programmes et services, et évaluer ses activités. En communiquant avec le public par de nombreux moyens – centres de services, téléphone, poste, imprimés, médias électroniques, Internet et le Web – le gouvernement doit s'identifier d'une manière distincte et cohérente que le public peut reconnaître en toutes circonstances.

4 D'employer diverses façons et divers moyens de communiquer, et de

fournir l'information sur de nombreux supports de manière à répondre à divers besoins. L'information gouvernementale doit être accessible à tous les secteurs de la société. Il faut prendre en compte les besoins de tous les Canadiens, dont les habiletés perceptives et physiques ainsi que les compétences linguistiques sont variées, et y répondre. Les renseignements doivent être accessibles pour que tous les citoyens, en tant que membres d'une collectivité démocratique, soient au courant de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques, programmes, services et initiatives, les comprennent, qu'ils y réagissent et qu'ils exercent une influence à cet égard. Les renseignements doivent être disponibles sur de nombreux supports pour assurer l'égalité d'accès. Il faut utiliser tous les moyens de communication, allant des méthodes conventionnelles aux nouvelles technologies, pour communiquer avec les Canadiens où qu'ils habitent. Un gouvernement moderne doit pouvoir réagir efficacement dans un milieu de communication globale actif 24 heures sur 24, en ayant recours à de nombreux moyens de diffusion.

Date d'entrée en vigueur

La présente politique entre en vigueur le 1^{er} avril 2002. Elle remplace la Politique sur les communications du gouvernement émise en 1988, publiée dans le *Manuel de la politique administrative du Conseil du Trésor*, volume sur les communications, chapitre 1, et révisée la dernière fois le 28 novembre 1996, lorsqu'elle a été diffusée en version électronique.

Objectif de la politique

Cette politique a pour but d'assurer la gestion efficace et la bonne coordination des communications à l'échelle du gouvernement du Canada et de faire en sorte que celles-ci répondent aux divers besoins d'information du public.

Énoncé de la politique

Le gouvernement du Canada a pour politique :

- 1 De fournir au public des renseignements sur ses politiques, programmes, services et initiatives qui sont opportuns, exacts, clairs, objectifs et complets. Dans le système canadien de démocratie parlementaire et de gouvernement responsable, le gouvernement a l'obligation d'expliquer ses politiques et ses décisions et d'informer le public des priorités qu'il établit pour le pays. Les Canadiens ont besoin de renseignements pour leur permettre – à titre individuel ou par le truchement des groupes qui les représentent ou de leurs députés – de participer activement et utilement au processus démocratique. Ces renseignements sont nécessaires pour avoir accès aux programmes et services gouvernementaux, et le public y a droit.

- 2 De communiquer en français et en anglais. La *Charte canadienne des droits et libertés* établit l'égalité de statut du français et de l'anglais en tant que langues officielles du pays. Elle consacre le droit du public de communiquer avec le gouvernement dans l'une ou l'autre langue. Les services d'information doivent être fournis dans les deux langues, conformément à la *Loi sur les langues officielles*. La *Loi* confirme l'engagement du gouvernement de favoriser l'épanouissement des

Ministère
du Commerce
et
du Développement
international

Politiques de communication

28 Droit d'auteur et concession de licences	40
29 Produits cinématographiques, vidéo et multimédias	41
30 Catalogage et sécurité de l'information	41
31 Formation et perfectionnement professionnel	42

Obligation de rendre compte

1 Ministres	43
2 Conseil du Trésor du Canada et Secrétariat	44
3 Comité du Cabinet sur les communications gouvernementales	45
4 Bureau du Conseil privé	45
5 Administrateurs généraux	46
6 Chefs des communications et personnel des communications	48
7 Conseillers en politiques, gestionnaires de programmes et spécialistes fonctionnels	49
8 Communication Canada	51
9 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	53
10 Bibliothèque nationale du Canada	53
11 Commission de la fonction publique du Canada	54

Surveillance

Procédures

Lignes directrices

Références

1 Législation	59
2 Politiques connexes	60

Demandes de renseignements

Appendice A : Définitions

Appendice B : La fonction de communication

Annexe : Lignes directrices

Nota – Dans la présente politique, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

Table des matières

Date d'entrée en vigueur	1
Objectif de la politique	1
Énoncé de la politique	1
Application et autorité	5
Exigences de la politique	5
1 Information et services aux Canadiens	5
2 Information sans frais	7
3 Langage clair	7
4 Langues officielles	8
5 Image de marque	8
6 Expression de la diversité	9
7 Analyse de l'environnement	9
8 Recherche sur l'opinion publique	10
9 Consultation et participation des citoyens	11
10 Communications en cas de risque	12
11 Communications en cas de crise et d'urgence	13
12 Gestion et coordination	15
13 Planification et évaluation	16
14 Mémoires au Cabinet et présentations au Conseil du Trésor	19
15 Opérations régionales	19
16 Communications internes	20
17 Innovation technologique et nouveaux médias	22
18 Internet et communications électroniques	23
19 Relations avec les médias	26
20 Porte-parole	28
21 Événements publics et annonces	29
22 Foires et expositions	30
23 Publicité	31
24 Partenariats et accords de collaboration	34
25 Initiatives de commande	36
26 Marketing	37
27 Edition	38

Politique de communication du gouvernement du Canada